Create Content
Connect Consumers
Make Values

2022 디자인하우스 소개서

designhouse

Story of designhouse

Create Content
Connect Consumers
Make Values

디자인하우스는
물질의 가치와 정신의 풍요를 추구하는
콘텐츠 미디어 기업입니다.

디자인하우스는
사람과 사람, 사람과 가치를 연결하고
고객의 성장을 돕고 매개하는
미디어 플랫폼입니다.

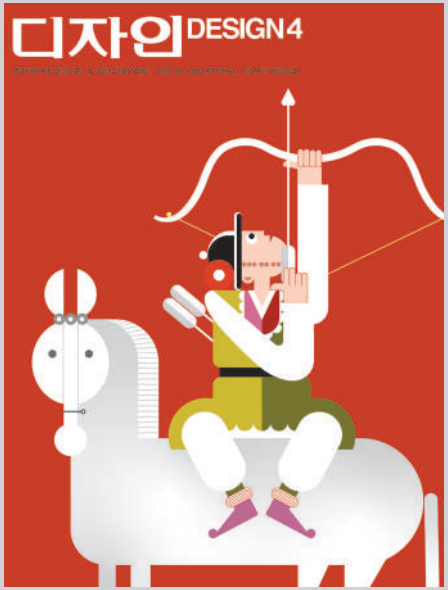


1998 제33회 잡지의 날 국무총리 표창 **2000** '이달의 중소기업인' 선정
2002 동탑산업훈장 수훈 **2006** 남녀고용평등 국무총리상 수상
2008 자랑스런 홍익인상 수상 **2008** 이탈리아 문화훈장 수훈
2013 광주디자인비엔날레 총감독 **2014** 서울시립미술관 후원회 이사장
2015 백남준문화재단 이사장 **2016** 경기도주식회사 이사회 의장
2018 한국여성디자인협회 평생공로상 수상 **2020** 디자인 명예의 전당 헌액

"미디어는 생산자와 소비자 사이에 위치합니다.
세상에 필요한 생각, 물건, 제도 등을 생산하는
사람들과 좋은 것을 알아채고 그 생각에 동의하고,
소비할 수 있는 사람들 사이에 우리가 있습니다.
단언컨대 '남 잘되게 해주는 것'이 바로
'미디어' 입니다. …
일반화된 이야기가 아니라 적재적소에 필요한
구체적인 이야기를 담을 수 있어야 합니다.
해당 분야에 속한 사람들이 서로 잘되게 해주는 것.
이것이 바로 디자인하우스의 미션입니다."

- 이영혜 대표. 인터브랜드코리아 인터뷰







"2020년 '대한민국 디자이너 명예의 전당'에
디자인하우스 대표이자
<디자인> <행복이 가득한 집> <럭셔리> 등을
발행하는 이영혜 대표가 최초 여성 헌액자로,
그래픽 디자이너 1세대인 故 김교만 교수와
함께 선정됐다.
40년 넘게 디자이너와 소비자, 기업을 위한
다양한 플랫폼과 콘텐트 개발에 앞장서며
디자인 산업 발전을 위해 힘쓴 노고를
인정받은 것이다. …"

- 한국디자인진흥원, 디자이너 명예의 전당 선정사

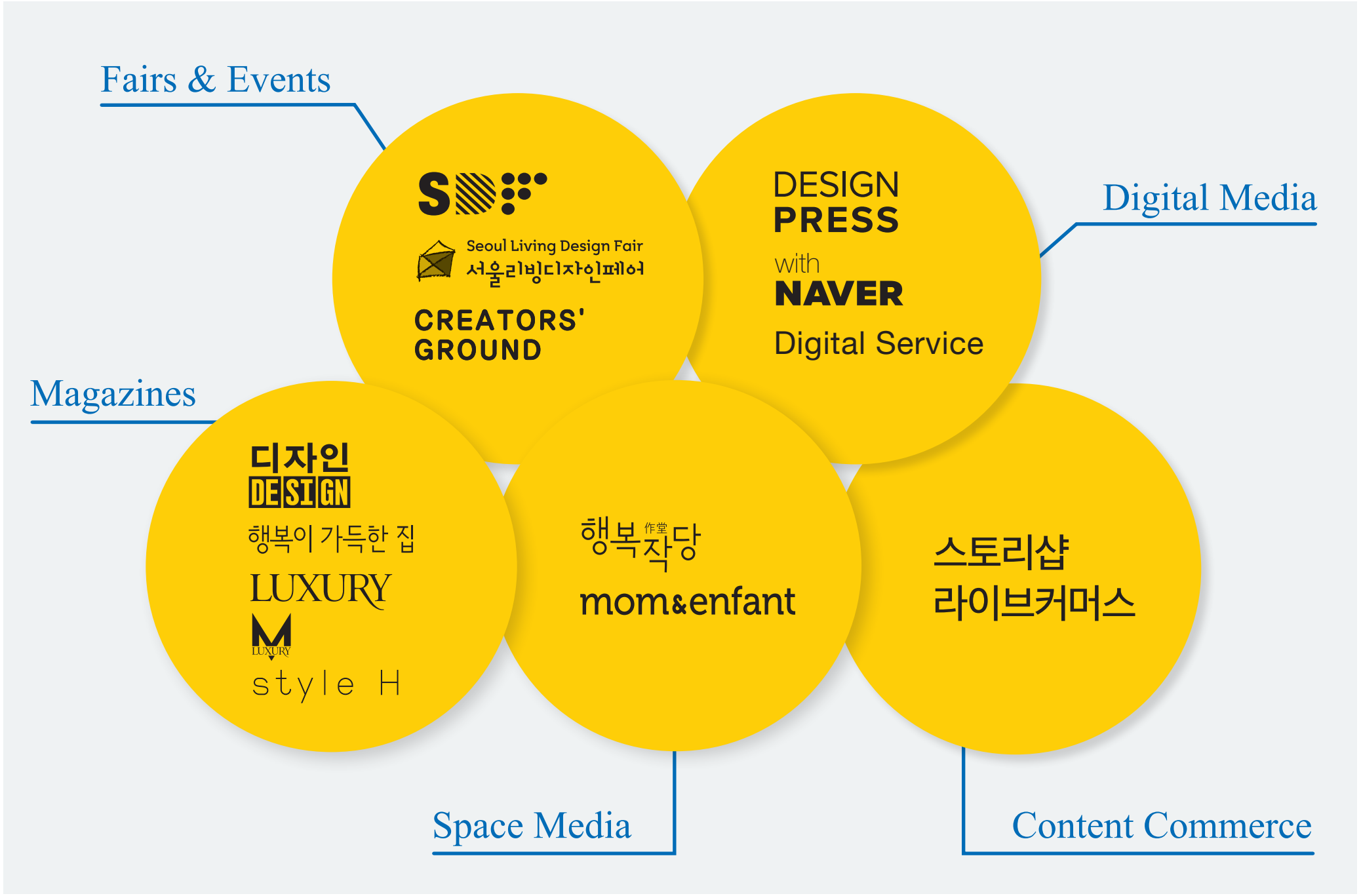
“남 잘되게 하는 디자인하우스”

- <의미부여의 기술>, 인터브랜드 코리아 2014

‘물질의 가치와 정신의 풍요를 창조’하여
‘남을 성공시키는 회사가 되는 것’,
이것이 디자인하우스의 가치이자 경영 원칙입니다.

기업과 브랜드
그리고 사람들

디자인하우스는 좋은 콘텐츠로 기업과 브랜드,
소비자를 매개하여 성공을 돕고, 가치 있는 라이프스타일을
제안하는 다양한 활동을 기획하고 실행합니다.

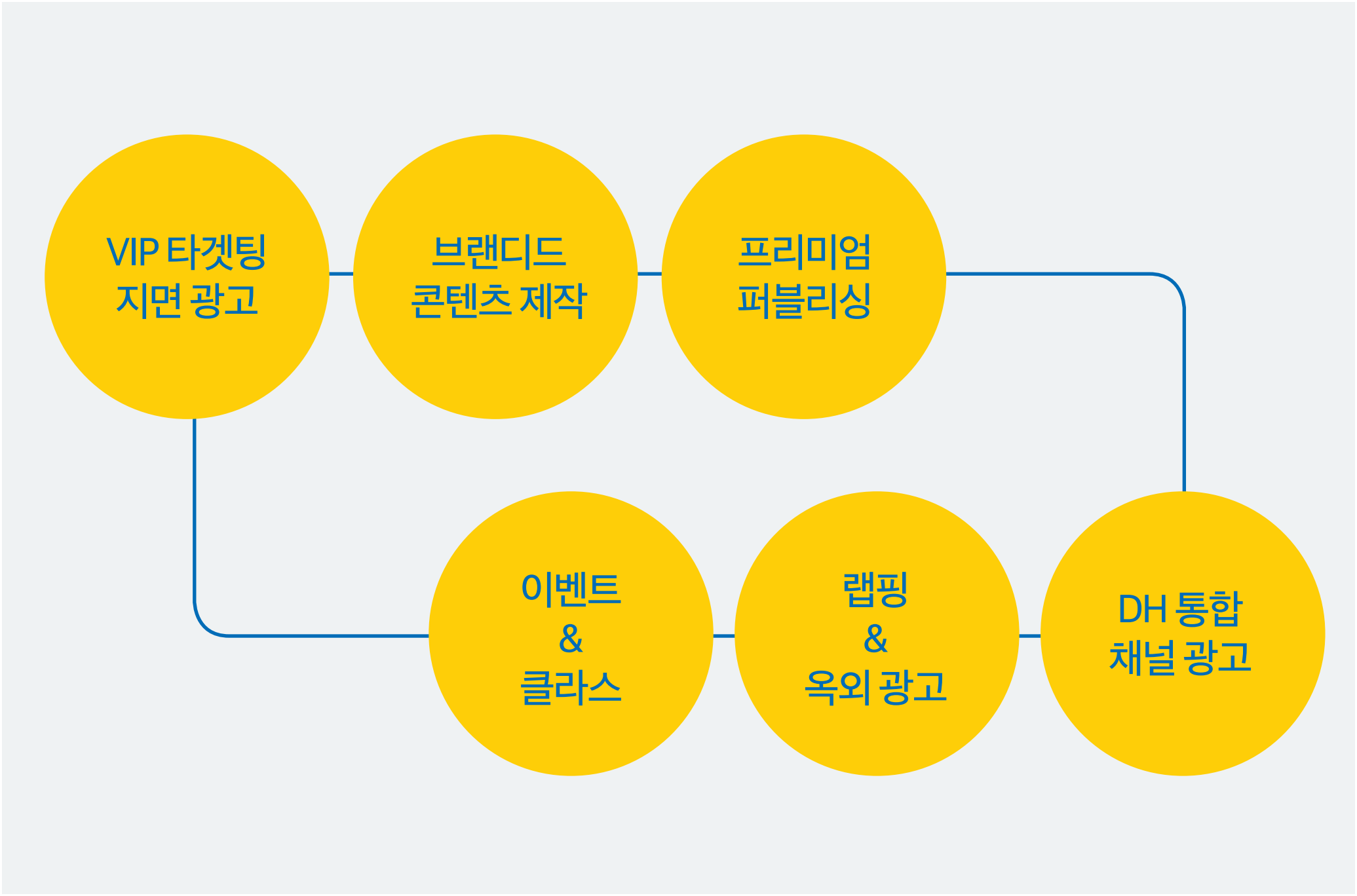

Fairs & Events
SDF
Seoul Living Design Fair
서울리빙디자인페어
CREATORS' GROUND
Digital Media
DESIGN PRESS
with
NAVER
Digital Service
Magazines
디자인
DESIGN
행복이 가득한 집
LUXURY
LUXURY
style H
행복作堂작당
mom&enfant
스토리샵
라이브커머스
Space Media
Content Commerce

Content & Media

미디어의 기본, 가치 있는 콘텐츠

Magazines

물질의 가치와 정신의 풍요를 전합니다


VIP 타겟팅
지면 광고
브랜디드
콘텐츠 제작
프리미엄
퍼블리싱
이벤트
&
클라스
랩핑
&
옥외 광고
DH 통합
채널 광고

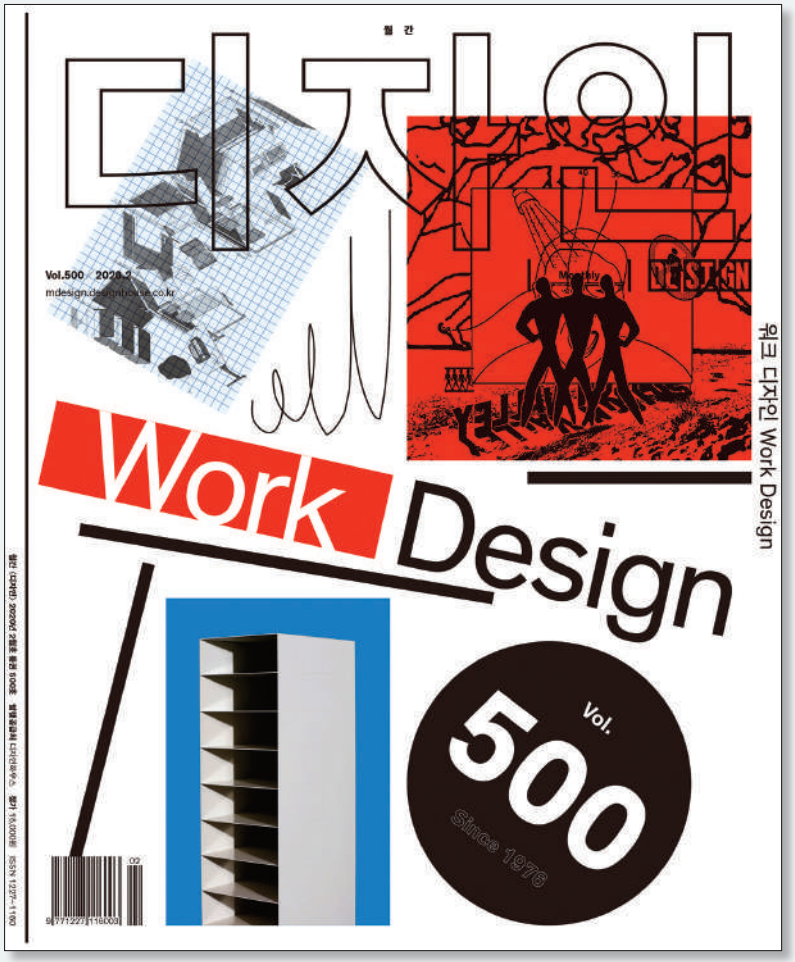
월간 디자인

창간년도 1976

발행부수 25,000

소셜미디어 영향력 14만

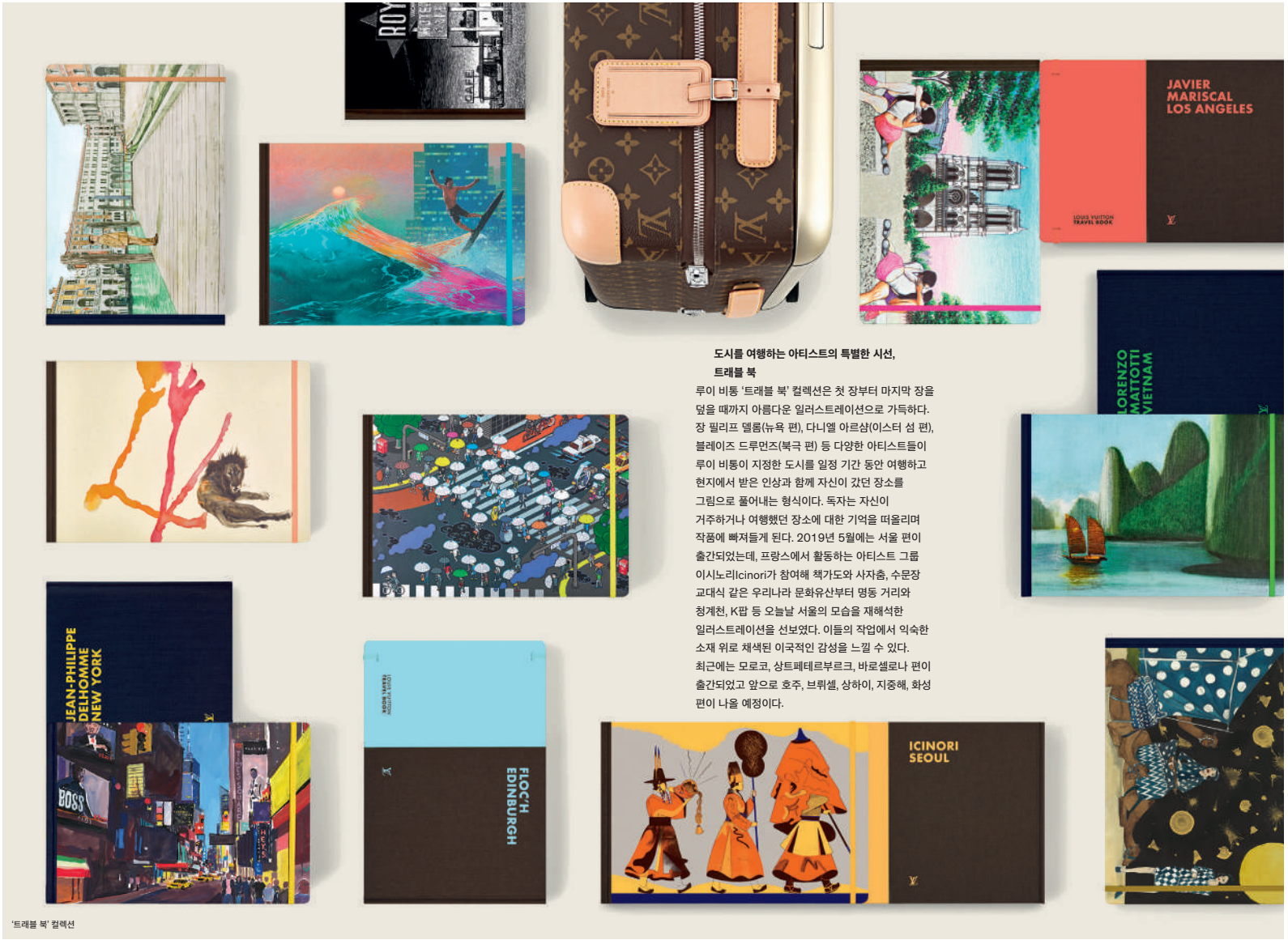
facebook / instagram
podccast / naverpost



Between Art & Business

전 세계를 앉아서 여행하는 방법, 루이 비통의 도서 시리즈

창업자 루이 비통의 손자인 가스통 루이 비통Gaston-Louis Vuitton은 애서가 협회를 창설할 만큼 예술 서적과 문학에 조예가 깊었다. 루이 비통 하우스에는 어니스트 헤밍웨이, 프랑수아즈 사강 등 잘 알려진 작가들이 드나들었고, 이들은 여행을 위한 책 보관용 트렁크나 타자기 케이스를 루이 비통에 주문했다. 이러한 전통을 이어받아 루이 비통 출판사는 수준 높은 아트북을 지금까지 80여 권 출간했다. 1914년에 문을 연 파리 샹젤리제 매장을 비롯해 전 세계 루이 비통 매장을 방문하면 다양한 서적을 볼 수 있다. 그중에서 여행을 테마로 매년 꾸준히 발간하는 시리즈가 있는데 바로 '시티 가이드', '트래블 북', '패션 아이' 컬렉션이다. 각 시리즈별로 어떤 도시를 다루었는지 않아서 여행해볼 차례다.



'트래블 북' 컬렉션

도시를 여행하는 아티스트의 특별한 시선, 트래블 북

루이 비통 '트래블 북' 컬렉션은 첫 장부터 마지막 장을 덮을 때까지 아름다운 일러스트레이션으로 가득하다. 장 필리프 델롬(뉴욕 편), 다니엘 아르샴(이스터 섬 편), 블레이즈 드루먼즈(북극 편) 등 다양한 아티스트들이 루이 비통이 지정한 도시를 일정 기간 동안 여행하고 현지에서 받은 인상과 함께 자신이 갔던 장소를 그림으로 풀어내는 형식이다. 독자는 자신이 거주하거나 여행했던 장소에 대한 기억을 떠올리며 작품에 빠져들게 된다. 2019년 5월에는 서울 편이 출간되었는데, 프랑스에서 활동하는 아티스트 그룹 이시노리Icinori가 참여해 책가도와 사자춤, 수문장 교대식 같은 우리나라 문화유산부터 명동 거리와 청계천, K팝 등 오늘날 서울의 모습을 재해석한 일러스트레이션을 선보였다. 이들의 작업에서 익숙한 소재 위로 채색된 이국적인 감성을 느낄 수 있다. 최근에는 모로코, 상트페테르부르크, 바로셀로나 편이 출간되었고 앞으로 호주, 브뤼셀, 상하이, 지중해, 화성 편이 나올 예정이다.

R

Raw Edges

권태기 없는 디자인, 로 에지

야엘 메르와 샤이 알칼라이는 처음부터 될성부른 떡잎이었다. 영국 왕립 예술대학교 재학 시절부터 당시 학장인 론 아라드에게 배우며 총애를 받았다는 얘기는 널리 알려져 있다. 이들이 함께 설립한 디자인 스튜디오인 로 에지는 설립 1년 만에 2008 밀라노 디자인 위크에서 이스태블리시드 & 선스Established & Sons와 협업한 '스택Stack'을 선보여 주목받았다. 움직일 때마다 형태가 끊임없이 변하는 서랍장으로, 흥미로운 디자인 이면에 매우 단순한 프로세스를 내재해 당시 화제가 되었다. 이 스택으로 2009년 엘르 데코 인터내셔널 디자인 어워드, 디자인 마이애미의 '디자이너 오브 더 퓨처'로 선정되었다. 끓는 염료에 요리하듯 목재를 넣어보거나 세라믹 타일 제작을 위해 종이로 금형을 만드는 이들의 아이디어는 늘 일반적인 방식을 거부한다. 메르가 평면의 재료를 입체화하는 데 집중한다면 알칼라이는 이를 기술적으로 어떻게 작동시킬지에 관심이 많다. 각자의 관심 영역을 깊이 연구한 후 결합하는 것이 이들의 방식이다. 듀오나 파트너십으로 일하는 스튜디오 중에서도 로 에지는 분명 서로의 강점을 어떻게 활용하고 시너지를 내야 하는지 명확히 안다. 스택 이후 2009년에 네덜란드 가구 기업 아르코Arco와 선보인 캐비닛 피봇Pivot은 이들에게 상업적 성공까지 안겨주었다. 이후 로 에지는 이스태블리시드 & 선스와 두 번째로 진행한 '월 투 월Wall to Wall' 프로젝트, 스텔라 맥카트니 매장의 플로어, 두꺼운 종이를 접어 만든 듯한 모로소Moroso의 의자 케니Kenny, 루이 비통의 오브제 노매드 컬렉션으로 진행한 콘세르티나 컬렉션 등으로 이름값을 올렸다. 로 에지의 작품은 마치 3D로 보는 수채화 같다. 영국 채츠워스 하우스에서 선보인 엔드 그레인End Grain 시리즈는 물감을 규칙적으로 흩뿌린 듯한 바닥에서 스툴과 벤치가 솟아오르는 듯한 연출을 시도한 것이다. 2013 스톡홀름 디자인 위크에서 선보인 크바드라트Kvadrat와의 전시 디자인에서는 텍스타일을 활용해 숲속에 있는 듯한 경험을 선사했다. 이들은 가구로 시작했지만 가구가 공간에서 어떤 역할을 해야 하는지를 명확히 알고 그들 특유의 개성으로 이해하고 소화해낸다. 로 에지는 결코 특별한 방법으로 디자인하지 않는다. 그런 점에서 예산이 최적의 결과와 비례한다는 생각을 가진 이들에게 로 에지의 작업은 더욱 흥미롭다. '일부러'는 아니지만 흔한 재료를 사용했을 때 오히려 디자인의 중요성이 훨씬 커진다는 게 로 에지의 생각이다. 다른 요소보다 디자인이 오롯이 부각되는, 정면승부를 선택하는 고집이자 자신감으로도 보인다. 로 에지는 결코 과장되지 않지만 분명 눈에 띄는 인상적인 디자인을 만들어낸다. 그들의 작품이 '권태기를 느낄 수 없는 디자인'이라고 불리는 이유다. 엄청난 호기심과 그것을 뒷받침하는 리서치, 세상을 거꾸로 바라보는 독특한 시선이 시너지를 내기 때문이다. 앞으로 공개할 프로젝트는 다름 아닌 노루페인트와의 협업이다. 한국 기업과의 첫 번째 협업이 어떻게 연출될지 벌써부터 기대된다. 분명 로 에지다운 위트가 담긴, 지금까지 전혀 보지 못한 디자인일 거라는 점은 분명하다.

그곳은 현재 어떤 상황인가?

런던은 이제 많은 부분이 정상으로 돌아가고 있다. 3개월간 모든 활동이 중단되어 아무것도 할 수 없었던 점이 힘들었다. 하지만 도심에 아름다운 공원들이 있어 하루 한 시간이라도 야외 운동을 할 수 있는 게 다행이었다. 일에 쫓겨 살던 사람들에게 이 시기는 다른 관점으로 삶을 즐기는 방법을 찾게 해준 시간이었다.

가장 최근에 진행한 프로젝트는 무엇인가?

한국의 노루페인트와 함께 밀라노 디자인 위크 기간에 선보일 설치물을 준비 중이었다. 안타깝게도 코로나19로 인해 내년으로 연기되었다. 이 환상적인 작업을 어서 선보이고 싶다! 이 외에도 지난 한 해 동안 비트라와 함께 새로운 액세서리 라인 '헤링본Herringbone'을 진행했는데 소재 자체에 아예 색이 스며들게 하는 기법인 디핑 프로세스dipping process를 적용해 패턴을 만들었다.

비대면 시대가 빠르게 다가오고 있다. 이에 대비해 무엇을 준비해야 할까?

사실 팬데믹이 어서 끝나길 바란다. 과학자들이 하루빨리 백신을 개발해 이 상황이 일시적 현상으로 마무리되었으면 좋겠다. 새로운 기술과 새로운 삶의 방식에 대해 늘 관심이 많고 또 이를 존중하지만 인간에게 가장 큰 영감을 주는 것은 인간, 그리고 인간과의 실질적인 접촉을 통한 소통이다. 만약 우리가 하루 종일 집 안에서 생활하면서 스크린을 통한 소통만 허용된다면 삶은 매우 지루하고 우울해질 것이다.

글 양윤정 통신원



©Mark Cocksedge

이스라엘 텔아비브 출신의 동갑내기 디자이너 야엘 메르Yael Mer(인물 사진 왼쪽)와 샤이 알칼라이Shay Alkalay가 2007년 결성한 디자인 스튜디오. 부부이자 디자인 파트너인 두 사람은 1998년 예루살렘의 베잘렐 아트 디자인 아카데미Bezalel Academy of Art and Design에서 처음 만나 영국 왕립 예술대학교에서 제품 디자인을 함께 공부했다. 스텔라 맥카트니, 루이 비통, 카펠리니, 비트라, 모로소와 협업했으며 iF 디자인 어워드, 더치 디자인 어워드, 월페이퍼 디자인 어워드 등에서 수상했다. raw-edges.com



스택Stack, 2008
이스태블리시드 & 선스와 협업한 서랍장. 제한적인 높이와 한 방향으로만 서랍이 난 일반적인 서랍장에 의문을 제기한 디자인이다. 원하는 만큼 쌓을 수 있고, 양방향으로 밀고 당길 수 있는 서랍장은 공간의 구석 또는 중앙 어디에나 어울린다. 뉴욕 모마MoMa의 영구 컬렉션으로 선정되기도 했다.



스텔라 맥카트니 매장 플로어, 2009
로 에지는 프리즈 아트 페어Frieze Art Fair에서 오크 헤링본 목재에 전통 염색 방법으로 15가지 색을 입힌 마룻바닥 설치 작업을 선보였다. 이 전시를 관람한 패션 디자이너 스텔라 맥카트니는 로 에지에 매장 플로어 디자인을 의뢰했다. 표면만 색을 입힌 바닥재는 시간이 갈수록 사람들이 많이 지나다닌 곳이 닳아 색이 벗겨지는데, 목재의 나뭇결 속으로 염료를 넣어 염색한 자재는 늘 같은 색을 유지한다. 헤링본 마룻바닥은 런던, 파리, 밀라노, 뉴욕을 포함해 전 세계 40개 매장에 적용되었다.

자연주의 브랜드 이니스프리, 지속 가능한 디자인을 위한 네 가지 실천 원칙



1

이니스프리는 모든 활동에서 지속 가능성을 최우선 가치로 생각하는 자연주의 브랜드다. 따라서 지속 가능한 환경을 위해 누구보다 적극적인 연구와 실천에 앞장서고 있다. 제주 땅을 기반으로 청정 원료를 사용하며 성장해온 이니스프리에게 자연은 출발점이자 목적지이다. 최근 선보이고 있는 이니스프리의 지속 가능 프로젝트는 구체적인 목표와 계획을 세우고 나아간다는 점에서 주목할 만하다. 일단 원료 공정부터 제조 공정, 유통 과정과 소비된 후 버려지는 시점까지 제품의 생애 주기에 따른 환경적 영향을 면밀히 고려하는 것이 가장 기본이다. 그중 용기 디자인에서 이들이 적용하는 4R(Reduce, Recycle, Reuse, Renew) 원칙이 특히 인상적이다. 4R 원칙은 플라스틱을 재사용하고, 포장재로 인한 폐기물을 줄이고, 친환경 포장재를 확대하고자 하는 것이 골자다. 그렇게 2030년까지 플라스틱 폐기물을 100% 재사용, 재활용하거나 퇴비화하는 것이 목표다. 이를 정말 실현할 수 있을까 의문이 들지만, 이들이 진행하는 플라스틱에 대한 연구 개발이라면 충분히 가능할 것으로 보인다. 5년 내에 스킨케어, 보디, 헤어 제품 용기의 90%를 재활용하기 쉬운 소재와 구조로 변경하는 것과, 메이크업 제품 용기에 재생 플라스틱을 50% 이상 사용하는 것, 또 공병을 수거해 만든 플라스틱 용기를 점진적으로 늘려 100톤까지 사용하겠다는 구체적인 계획이 마련되어 있기 때문이다. 또 세트로 구성된 플라스틱 제품 포장재를 대체할 친환경적인 재료를 고민하는 일, 매장 내에서 사용하는 플라스틱과 비닐을 지속적으로 줄여가는 움직임도 4R 원칙에 속한다. 이러한 이니스프리의 지속 가능 디자인 비전과 목표는 제품디자인팀과 포장재개발팀의 협업을 통해 현실에 다가가고 있다. 지난 6월, 자연스러운 리필 라이프가 가능하도록 고안한 '리스테이' 라인을 선보인 것이 대표적이다. 숙박 큐레이션 플랫폼 스테이폴리오와 함께 개발한 프리미엄 라이프스타일 라인으로, 일회용 어메니티를 대체할 수 있는 제품을 고민하면서 시작된 프로젝트다. 제주의 숲 향기를 담은 이 보디 케어 제품은 전용 리-스펜서와 함께 리필 패키지로 구성한 것이 핵심이며, 디자인은 도자기처럼 느껴지는 질감이 매력이다. 용기는 코코넛 껍질(5%)과 무기질(25%)을 넣어 플라스틱 함량을 70%로 낮춰 완성했고, 내용물을 보충해 사용하기 때문에 플라스틱 사용량을 확실히 줄일 수 있는 솔루션이 담겨 있다. 이로써 브랜드의 방향성에 걸맞은 콘셉트와 아이디어, 디자인까지 완성도 높은 결과를 이끌어냈다. 플라스틱 용기에 대한 고민을 보여준 사례로 이니스프리 포레스트맨 헤어왁스 3종 또한 눈여겨볼 만하다. 이는 이니스프리의 공병에서 PP(재생 플라스틱) 소재를 분리해 만든 재생 용기를 적용한 첫 번째 제품인데, 화장품에 사용할 수 있는 PP 용기를 만들기 위해 공병 수거부터 제작까지 오랜 시간 고민하고 노력해온 이니스프리의 결과물이라는 점에 의미가 있다. 또 지난 3월에 선보인 '그린티 씨드 세럼 페이퍼 보틀 에디션'은 기존 용기에서 플라스틱 사용을 51.8%나 줄인 것으로 지속 가능한 환경을 위해 다양한 방법을 모색하고 있는 브랜드의 방향성을 보여준다. 이니스프리는 자연주의를 첫 번째 가치로 두는 브랜드로 20년째 환경 보전에 대한 메시지를 전하고 다양한 사회 공헌 활동을 통해 지역 공동체에 보답해왔다. 기후 위기에 대한 고민과 실천을 더 이상 미룰 수 없는 오늘날의 환경과 더불어 공동체가 지속적으로 발전할 수 있도록 시스템을 적극적으로 개선해나가는 이니스프리의 행보는 주목할 필요가 있다.

글 유다미 기자



2

1, 2
리스테이 라인. 디스펜서와 함께 대용량 리필 패키지로 구성한 프리미엄 라이프스타일 라인이다. 제주의 숲 향기를 담은 보디 케어 제품이며, 알러지 유발 성분과 불필요한 성분을 제외하는 '클린 뷰티 포뮬러'를 적용했다. 4R 원칙을 적용한 친환경 용기를 만들기 위해 코코넛 껍질(5%)과 무기질(25%)을 넣어 플라스틱 함량을 70%로 줄인 점이 큰 특징. 내용물의 리필과 세척이 모두 용이하도록 넓은 입구를 하나 더 마련했다.

3
포레스트맨 헤어왁스 3종. 플라스틱 용기 재활용을 위한 첫 번째 프로젝트였다. 플라스틱 공병 약 8톤을 분리하고 세척, 파쇄하는 공정을 거쳐 PP 약 300kg을 포레스트맨 왁스 용기에 적용했다. PP를 사용하면서 발생할지 모르는 위생, 안전, 이취 문제 등을 집중적으로 고려하고, 안정적으로 원료를 수급해 제품을 양산할 수 있도록 시스템을 개발했으며, 글로벌 환경 기업 테라사이클과 협업했다.

3

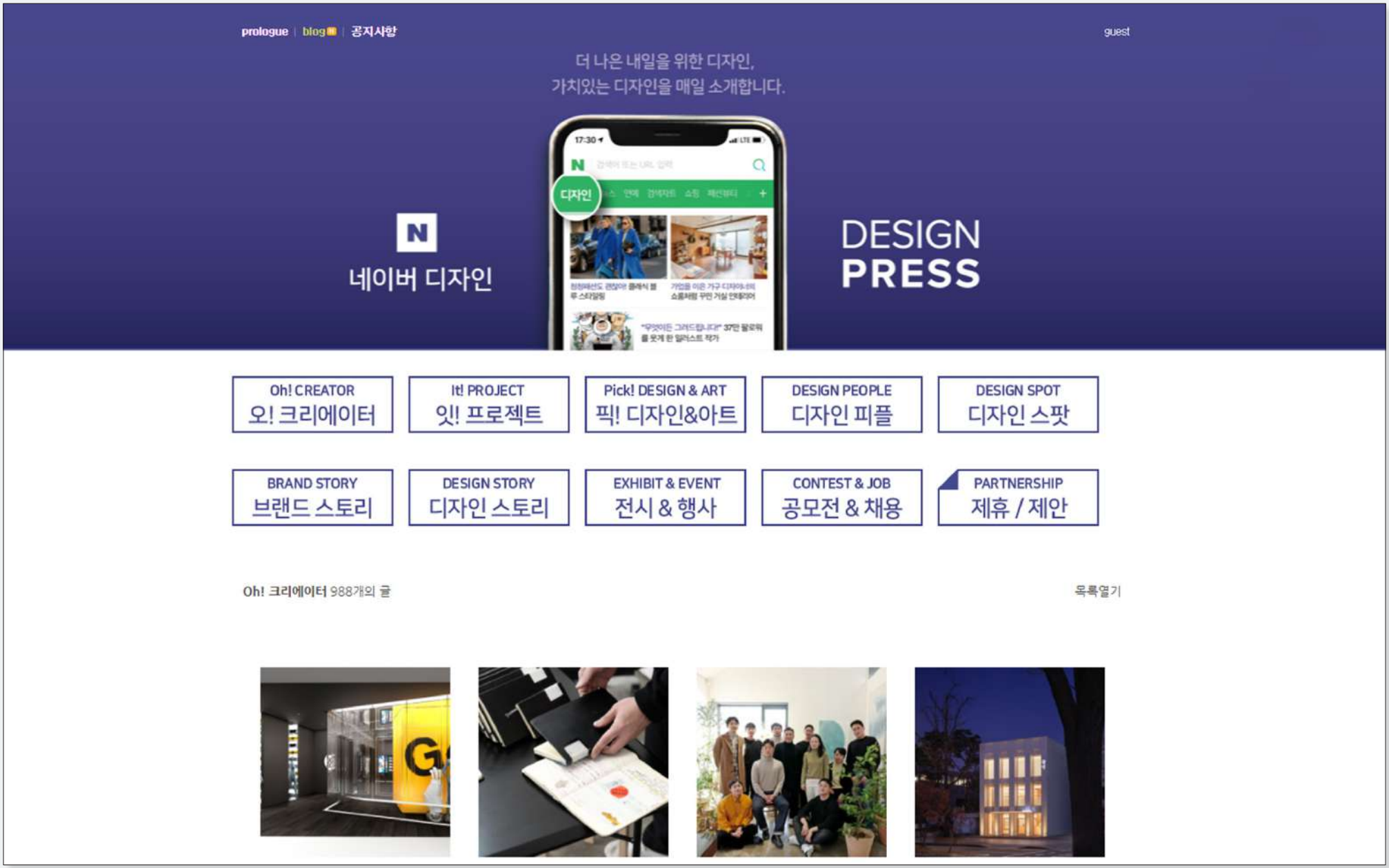


4
그린티 씨드 세럼 페이퍼 보틀. 이니스프리의 대표 상품에 적용한 친환경 패키지 에디션이다. 이는 기존 제품에 비해 플라스틱 사용량을 51.8%나 줄인 페이퍼 보틀로, 종이 재질의 용기와 경량 플라스틱 용기로 구성한 것이 핵심이다. 종이 용기는 분리배출에 용이하고, 플라스틱 용기는 이니스프리 매장에서 수거한다. 펌프에는 이니스프리가 수거한 공병에서 추출한 PP가 10%가 함유되어 있다.

4



디자인
DESIGN


prologue | blog | 공지사항
guest
더 나은 내일을 위한 디자인,
가치있는 디자인을 매일 소개합니다.
네이버 디자인
DESIGN
PRESS
Oh! CREATOR
오! 크리에이터
It! PROJECT
잇! 프로젝트
Pick! DESIGN & ART
픽! 디자인&아트
DESIGN PEOPLE
디자인 피플
DESIGN SPOT
디자인 스팟
BRAND STORY
브랜드 스토리
DESIGN STORY
디자인 스토리
EXHIBIT & EVENT
전시 & 행사
CONTEST & JOB
공모전 & 채용
PARTNERSHIP
제휴 / 제안
Oh! 크리에이터 988개의 글
목록열기

디자인
DESIGN

행복이 가득한 집

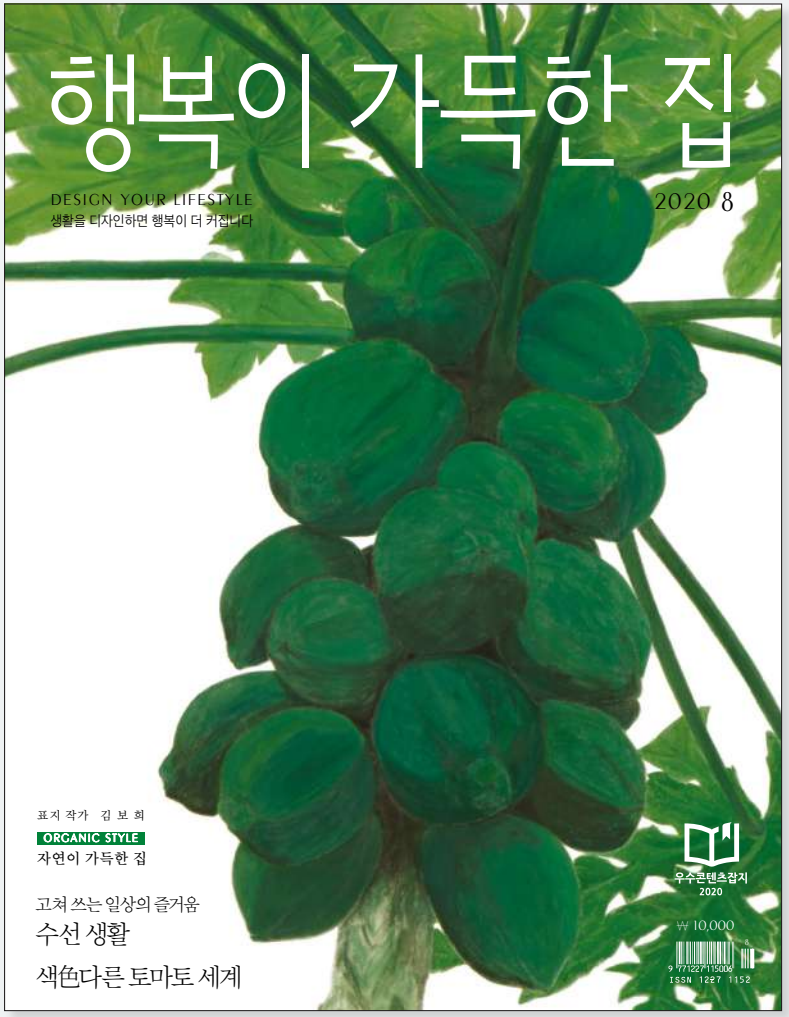
창간년도 1987

발행부수 50,000

정기구독자 15,000

소셜미디어 영향력 27만

facebook / instagram
kakaostory / naverpost
youtube



생활을 디자인하면 행복이 더 커집니다


감성 아이디어
휴양지에서 찾은
멋과 휴식
한 달씩 여유로운 바캉스를 즐기는 프랑스인들은 여행지에서
구한 그릇과 패브릭, 작은 유리병까지 공간 데커레이션에
활용한다고 합니다. 여름 휴양지를 모티프로 한 다양한 소품으로
집을 꾸민다면 일상이 휴식이 되겠지요.

행복이 가득한 집

거실에 가벽 프레임을 세워 두 공간으로 분할한 구조가 인상적이다. 기능은 분리하되 시야를 가로막지 않아 넓은 공간감과 개방감을 느끼게 한다. 공간을 에너지가 순환하는 통로로 바라보는 변재희 실장의 시각을 극명하게 구현해냈다.

빈티지 콜렉터 권용식·변재희 부부

공간이 호흡하는 시간

빈티지 가구 쇼룸이자 카페 비투프로젝트를 운영하는 권용식·변재희 부부가 <행복>을 초대했다. 물길처럼 순환하는 동숭동 집과 예술가를 위한 아지트 '층무로 살롱' 이야기.

글 이승민 기자 | 사진 박찬우 | 문의 02-747-5435



행복이 가득한 집



한국 와인 협찬 그랑꼬또 와이너리(032-886-9873), 수도산 와이너리(054-439-1518), 어포와인농장(043-744-7702), 예산사과와인(041-337-9584), 오롬주가(055-855-3626), 오미나라(054-572-0601), 월류원(010-2466-7789)

예부터 마셔온 즐거운 술

최정욱 소장은 한국 와인에 대한 편견을 없애는 순간, 미식 경험의 폭이 넓어질 것이라고 말한다. 경북 김천 수도산 와이너리에서 산미루로 만든 '크라테 세미스위트 와인'은 한국 레드 와인의 뛰어난 품질을 경험하기에 제격인 유기농 빈티지 와인. 보디감과 타닌감이 뛰어나고, 머루의 깊은 맛과 오크 숙성의 조화로운 향이 더할 나위 없이 훌륭하다.

크라테 세미스위트 와인과 맥적&냉이무침 그 옛날 석쇠에 굽던 고기구이인 맥적과 매치해 메인 코스로 제안했다. 돼지고기 진갈빗살에 참깨를 내고 매실 농축액과 된장을 넣은 소스를 발라 비장탄 위에서 여러 번 뒤집어가면서 구운 요리로, 열치액젓과 된장을 넣고 무친 냉이무침을 곁들였다.

우리의 스토리를 담은 술

한국 와인이 극적 변화와 성장을 하게 된 시기는 2015년. 광명동굴에서 와인을 취급하며 일반 소비자의 의견을 와인 생산자에게 직접 전달하기 시작하면서부터라고 볼 수 있다. 가벼운 보디감과 달콤한 맛, 진한 과일 향은 한국 와인의 특징으로, 그중에서도 충남 예산 예산사과와인의 '추사로제와인'은 레드러브 품종 사과의 풋향기와 회사한 향이 어떤 음식과도 잘 어울린다.

추사로제와인과 배숙&생강 아이스크림 사과 향과 산미가 강하고 맛이 깔끔한 와인으로 디저트와 매치해도 무난하다. 디저트는 배숙을 모티프로 한 것으로, 생강과 통후추를 넣어 조린 배를 슬라이스해 그릇에 담고 훈연한 생강 아이스크림을 올려 석류 알갱이와 애플민트잎으로 장식했다.

행복이 가득한 집



사계절 꽃이 피는 별천지 하동

천 평 하늘에서 꽃눈 떨어지고, 물길 가지런히 흐르는 마을. 신라시대 시인 최치원이 신선이 사는 "항아리 속 별천지(동국화개동 호중별유천東國花開洞壺中別有天)"라 예찬한 경남 하동. 섬진강 벚굴 나오는 봄 지나면 잭살나무에서 어린 야생 찻잎 봉긋하고, 머릿수건 쓴 어민들이 재첩 고르는 소리 울려 퍼지는 하동은 우리가 늘 마음속에 그리워하며 사는 풍경과 닮았다. 만개한 봄꽃 아래서 하동의 속살을 즐기는 방법을 모았다. 느릿느릿 걷고 달리며 찾은 보물 같은 이야기. 글 신진주 기자, 이정선 사진 김동오 기자, 한상무 취재 협조 하동군청

행복이 가득한 집

럭셔리
럭셔리M

창간년도	LUXURY 2001 LUXURY M 2016
발행부수	LUXURY 8만2천 LUXURY M 30만
브랜드 네트워크	600
소셜미디어 영향력	15만



럭셔리, 정신의 풍요와 물질의 가치

COLLABORATION

Artistic Treasure

과거와 현재, 미래에서 영감을 찾고 이를 고유의 철학과 방식으로 재해석해
더 높은 가치로 대중에게 제안하는 일. 브랜드의 목표이자 예술가의 숙명 아닐까?
각 분야에서 최고의 자리에 오른 두 브랜드와 2명의 아티스트가 만났다.

EDITOR YOON JUNGEUN PHOTOGRAPHER YUM JUNGHOON



Ⓢ Ranieri, 2008

공작 깃털에서 영감을 받은 '플림드 펑 퀴스천마크' 네크리스. 부쉐론.
부쉐론은 고양이와 특별한 인연이 있다. 과거 부쉐론 본사에 살았던
고양이 '블랙디미르'는 브랜드의 마스코트로 활약하며 광고 캠페인에도 등장한 바 있다.



Y(126.59.37.35) & (112.40.37.80), 2008

브랜드의 전설적 아이콘 '퀴스천마크' 네크리스에
이건 서스 나뭇잎 모티프를 적용해 웅장하고 화려한 여백을
강조한 퍼유 다킴트 퀴스천마크' 네크리스. 부쉐론.

이경미 '고양이 작가'로 유명하다. 시공간의 경계가 사라진 초현실적 배경 속에 개인적 경험과 현대 문명의 사색을 담아낸 초기작들로 국내외에서 큰 호평을 받았다. 그림 속에 등장하는 고양이는 작가의 실제 반려묘이자 또 다른 분신이다. 2012년에는 <고양이처럼 나는 혼자였다>라는 자전적 에세이를 통해 고양이와의 인연과 아픈 성장기를 고백하기도 했다. 지난해 선보인 연작 '뒤러의 아포칼립스' 시리즈는 독일 미술가 알브레히트 뒤러의 목판화를 새롭게 재해석한 것. 어린 시절 읽었던 백과사전을 바탕으로 책 속의 현란한 도판과 지식에서 영감을 받아 다층적인 이미지를 구성했다. 지난해 제24회 석주미술상을 수상했다.



줄타기

한국 전통의 줄타기는 곡예 기술에만
초점을 맞춘 다른 나라의 줄타기와 달리,
노래와 춤을 곁들인 가운데 곡예사와 광대가
서로 재담을 주고받는 점이 독특하다.
공연 형식이지만 관객들이 함께
참여한다는 점에서 놀이 문화의 성격을 지닌다.

화려한 프린트의 니트 톱은 에르메스, 글라스 비즈 이어링은 다음
화화를 프린트한 '머멘토' 컬렉션의 버킷백은 겐조



탈춤

노래와 춤, 연극, 의상 등이 어우러진 가면극.
서북 지방에서는 봉산탈춤과 강령탈춤이,
중부 지방에서는 양주별산대놀이가 유명하다.
갈등과 화해의 구조로 이루어졌으며 사회를
풍자하고 삶을 희화적으로 표현한 작품이 많다.
국가무형문화재 제34호인 강령탈춤의
말뚝이 가면과 함께했다.

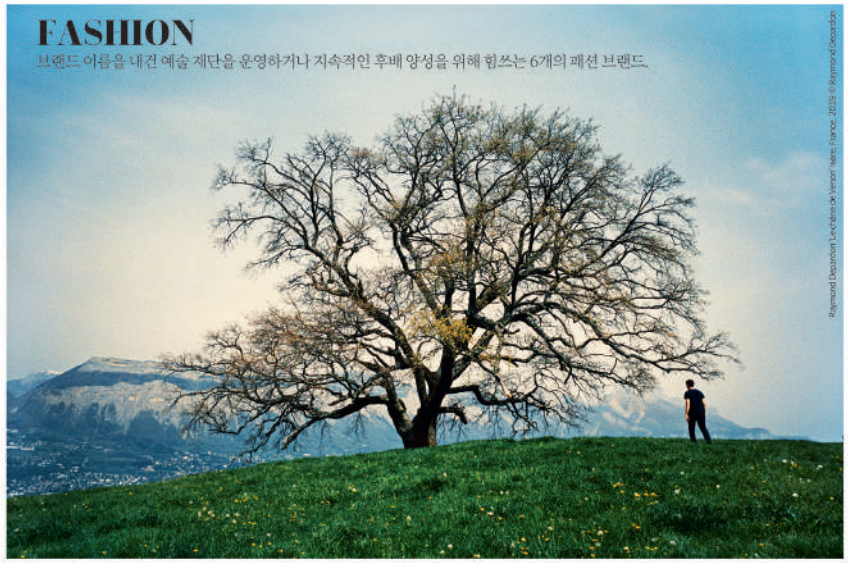
블라워 프린트의 재킷과 블라우스, 플리츠스커트는 모두 구찌
상글 이어링은 다음, 스트라이프 슈즈는 엔포조

21 Art Patronage

럭셔리 패션, 뷰티, 리빙 브랜드는 아트와 밀접한 관계를 맺고 있다.
별도의 재단을 만들어 예술을 후원하거나 아티스트와 협업해 감각적인 디자인의 패키지를 선보이기도 한다.
다양한 방식으로 문화 예술 후원을 이어가고 있는 21개 브랜드의 특별한 이야기를 담았다.

FASHION

브랜드 이름을 내건 예술 재단을 운영하거나 지속적인 후배 양성을 위해 힘쓰는 6개의 패션 브랜드.



Raymond Depardon 'Le chêne de Vernon' Isère, France, 2019 © Raymond Depardon

Cartier



까르띠에는 1984년 까르띠에 현대미술재단을 설립했다. 현대건축을 대표하는 프랑스 건축가 장 누벨이 설계한 파리의 건축물에 자리한 이 재단은 30년이 넘도록 재능 있는 예술가들을 후원해왔다. 매년 이곳에서는 예술가들의 개인전과 주제가 있는 전시들이 열리며, 예술가에게 작품을 의뢰해 중요한 의미를 담은 다채로운 컬렉션을 활발하게 전개한다. 또한 공연 예술의 일부분인 '노매딕 나이트Nomadic Nights'를 주관하는데, 이는 예술가들이 비주얼 아트 및 예술적인 표현을 현대적인 형태와 연결시키는 행사다. 때때로 해외에서 컬렉션을 공개하거나 전시를 기획하며 까르띠에 현대미술재단의 세계적 위상을 강화하기도 한다. 지난 2017년에는 까르띠에 현대미술재단의 세계적 컬렉션을 처음으로 한국에서 공개하는 전시 <하이라이트>를 서울시립미술관에서 진행했는데, 회화·조각·사진·설치미술·3D 영상 등 작가 25명의 작품 100여 점을 만날 수 있었다. 최근에는 '나무들Trees'이란 주제로 아티스트와 식물학자 그리고 철학자를 한데 모아 나무를 새롭게 조명한 전시를 기획한 바 있다. 까르띠에 현대미술재단은 이처럼 초학문적 접근 방식을 추구하는 전시를 통해 건축, 디자인, 철학을 아우르는 광범위한 분야에 모두 열려 있음을 입증했다. 문의 1566-7277

Loewe



170여 년의 유구한 역사를 자랑하며 스페인 가죽 명가로 불리는 로에베. 최상급 소재와 장인 정신, 그리고 스페인의 열정을 바탕으로 오랜 세월 '가죽 마스터Master of Leather'의 자리를 지켜오고 있다. 1988년 로에베 창립 가문의 4세대 멤버인 엔리케 로에베가 설립한 로에베 재단은 현대 장인 정신의 독창성, 탁월함, 예술적 가치를 기리고, 브랜드의 본질이기도 한 공예의 발전을 위해 미래를 이끌 장인의 비전을 지지하고자 '로에베 크래프트' 시상식을 지원한다. 브랜드의 수장 조너선 앤더슨을 필두로 전 세계 디자인, 건축 등 주요 인물로 구성된 위원들이 심사를 진행하며 독창성과 아티스틱 비전, 기술적 완성도, 소재의 완벽함, 이노베이션 등을 기준으로 최종 후보자를 선정한다. 우승자에게는 현금 5만 유로의 상금과 함께 프랑스 파리에 위치한 장식미술관The Musée des Arts Décoratifs에서 작품을 전시할 수 있는 기회가 주어진다. 지난 2019년에는 최종 후보자 29인의 작가 중 금속공예가 고희승·손계연, 섬유공예가 김미희 그리고 지승 공예가 이영순까지 총 4명의 한국인 아티스트가 최종 후보에 올랐다. 문의 6905-3470





Louis Vuitton

파리 여행을 가면 꼭 들르는 관광 명소 중 하나가 루이 비통 재단 미술관이다. 파리의 불로뉴 숲을 거닐다 보면 발견할 수 있는데 12개의 대형 유리 돛으로 둘러싸인 초대형 선박 모양이 주변 자연경관과 어우러지며 웅장한 아름다움을 자랑한다. 루이 비통의 모회사인 LVMH 그룹의 회장 베르나르 아르노가 2006년 설립한 이 건축물은 세계적인 건축가 프랭크 게리가 5년간의 긴 여정을 거쳐 설계했다. 2014년 10월부터 2015년 3월까지 이 미술관의 개관 전시가 3부에 걸쳐 열렸다. 각 단계는 특별전, 미술관 소장 컬렉션의 일부 전시, 복합 장르 이벤트로 구성했다. 그 후로도 주기적인 특별 기획전을 개최하는 것은 물론 오늘날 창작 예술의 각 분야에서 활동하는 모든 예술가와 음악가를 위한 음악 공연 프로그램을 구상하는 등 문화 예술의 범위를 다양한 영역으로 확장하고 있다. 최근 한국 청담동에 새롭게 문을 연 루이 비통 플래그십 스토어에서는 오픈을 기념해 알베르토 자코메티의 특별 전시를 진행하기도 했다. 루이 비통 재단 미술관의 전시 프로젝트 '미술관 벽 너머Hors-les-murs'의 일환으로 개최한 것이며 새로운 전시를 계속 이어갈 예정이다. 문의 3432-1854

OPEN-TOP

차의 지붕을 열고 드라이브를 즐기기에 최적의 계절이 돌아왔다.
상그러운 바람을 맞으며 청명한 가을을 만끽하기에 좋은 12대의 컨버터블을 한자리에 모았다.

글 이영제 기자



Lamborghini Aventador SVJ Roadster

2019년 제네바 모터쇼에서 세계 최초로 공개된 람보르기니의 '아벤타도르 SVJ 로드스터'는 전 세계 800대 한정 생산한다. 모델명의 SVJ는 '매우 뛰르다'라는 뜻의 '슈퍼 벨로체'와 희소성을 뜻하는 '조타'를 조합한 것으로, 이 차의 우수한 성능을 강조한다. 람보르기니 12기통 엔진 양산차 모델 중 가장 강력한 성능을 갖춘 시리즈로, 최고출력 770마력, 최대토크 70.6kg·m의 성능을 발휘하며 제로백은 단 2.9초에 불과하다. 쿠페 버전의 파워와 성능, 획기적인 에어로다이내믹 기술을 이어받은 동시에 로드스터만의 독보적이고 강력한 존재감을 자랑한다.



Ferrari Portofino

이탈리아의 최고 휴양지 중 하나로 손꼽히는 도시 포르토피노의 이름을 딴 '포르토피노'는 우아한 품격과 스포티함 그리고 절제된 고급스러움이 조화를 이룬다. 최대출력 600마력, 제로백 3.5초로 페라리 라인업 중에서 가장 강력한 컨버터블 GT 차량이다. 접이식 하드톱, 넓은 트렁크 공간과 여유 있는 운전석, 2+ 시트 배치로 일상 주행은 물론 가까운 여행에도 적합하다.



Lamborghini Huracán EVO RWD Spyder

자연 흡기 V10 슈퍼 스포츠카 '우라칸'의 라인업을 완성하는 오픈톱 후륜구동 모델. 람보르기니 고유의 라인을 만드는 초경량 소프트 톱은 50km/h 이내로 달리면서 개폐 가능하며, 톱을 열면 강렬한 엔진 사운드를 제대로 체감할 수 있다. 쿠페 버전과 동일한 스펙도 장점이다. 최고출력 610마력, 최대토크 57.1kg·m, 제로백 3.5초, 최고속도 324km/h를 기록했다.



Porsche Carrera S Cabriolet

2020년 출시한 8세대 신형 911은 전동 팝 아웃 핸들이 도어에 통합되어 측면 윤곽선이 더욱 부드러워졌으며, 새로운 LED 헤드라이트 사이의 보닛이 오리지널 911 세대의 디자인을 연상시킨다. 전륜 20인치, 후륜 21인치의 각기 다른 휠을 적용해 다이내믹한 드라이빙을 즐길 수 있으며 폭이 더 넓어진 차량 후면, 기본 리어 스포일러, 매끄러운 라이트 라인이 독보적인 존재감을 드러낸다. 신형 터보차저를 장착한 박서 엔진과 새로운 8단 듀얼 클러치 변속기를 결합해 최고출력 392마력, 제로백 4.4초, 최고속도 291km/h를 기록했다. 인테리어에서 눈에 띄는 부분은 직선 라인을 강조한 대시보드. 포르쉐 고유의 중앙 태키미터는 2개의 깊고 프레임이 없는 형태의 디스플레이로 운전자에게 다양한 정보를 제공한다.



MINI Convertible

2004년 제네바 모터쇼에서 최초 등장한 이후 전 세계적으로 폭발적인 인기를 누렸으며, 현재까지 가장 인기 있는 MINI 모델. 차체가 더욱 커져 승차감이 향상되고 실내 공간이 여유로워진 동시에 스포티한 외관과 주행 능력은 그대로 유지했다. 30km/h 이하의 속도에서는 언제든 소프트 톱을 열거나 닫을 수 있으며, 컨버터블 모드에서 실내의 공기 진동 발생을 막는 윈드 디플렉터를 적용했다. 수직으로 정렬한 대형 후미등은 크롬으로 둘러싸여 있으며, 범퍼와 트렁크 라인이 MINI 고유의 뒷모습을 강조한다.



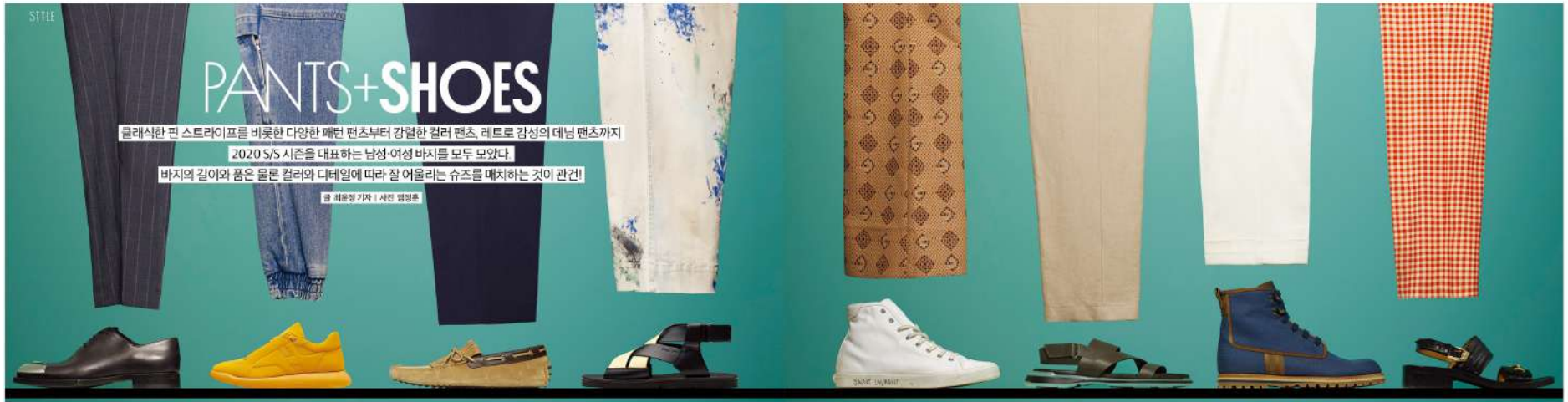
Mercedes-Benz E-Class Cabriolet

세단에 비해 낮게 위치한 다이아몬드 라디에이터 그릴과 중앙에 위치한 세 꼭지 별 엠블럼이 눈길을 끄는 'E클래스 카브리올레'는 길게 뻗은 보닛, 완전 개폐식 측면 유리로 역동성이 더욱 돋보인다. 팽팽하게 당겨진 소프트 톱은 근육질의 후면부로 이어져 날렵한 라인을 완성하고, 길게 뻗은 숄더 라인은 4인승 카브리올레의 스포티한 분위기를 연출한다. 소프트 톱을 닫았을 때에는 E클래스 쿠페와 실루엣이 유사하다. 실내에는 12.3인치 고해상도 디스플레이 2개로 구성한 와이드 스크린 콕핏 디스플레이 및 AMG 라인 인테리어 패키지 등을 기본 적용했다.

PANTS+SHOES

클래식한 핀 스트라이프를 비롯한 다양한 패턴 팬츠부터 강렬한 컬러 팬츠, 레트로 감성의 데님 팬츠까지
2020 S/S 시즌을 대표하는 남성·여성 바지를 모두 모았다.
바지의 길이와 품은 물론 컬러와 디테일에 따라 잘 어울리는 슈즈를 매치하는 것이 관건!

글 최윤정 기자 | 사진 염정훈



진화색의 핀 스트라이프 팬츠는 브루넬로 쿠치넬리. 에밀 장식의 '알렉산드로' 더비 슈즈는 벨루티.

무릎 부분에 있는 지퍼를 열어 자유분방한 스타일을 연출할 수 있는 데님 조거 팬츠는 준지. 노란색 '아비타' 스니커즈는 에르메스.

네이비블루 컬러의 테이퍼드 팬츠는 미스터 피 by 미스터포터. '고미노' 드라이빙 슈즈는 토즈.

페인트 프린트 팬츠는 사스파치패브릭스 by 매치스패션. 가죽 밴드를 수작업으로 엮은 플랫 샌들은 프라다.

마름모 형태와 G 로고가 어우러진 패턴 팬츠는 구찌. 흰색 '알리부' 미드 톱 스니커즈는 생 로랑.

휴양지에 어울리는 리넨 소재의 '판타 클리스' 팬츠는 로로피아나. 송아지 가죽 소재의 납작한 '아테네' 샌들은 에르메스.

굳더더기 없는 흰색 크롭트 팬츠는 라르디니. 형광한 블루와 빈티지한 브라운 컬러가 조화로운 '도크로우' 부츠는 처치스.

체크 패턴 팬츠는 버버리. 홀스빗 디테일이 특징인 가죽 샌들은 구찌.



'구찌 레트로피아' 장식의 플레어 팬츠는 구찌. 금속 아플리케를 단 가죽 샌들은 미우미우.

낙낙한 품의 흰색 데님 팬츠는 골칙. 골드빛 스타 로고로 포인트를 준 '미드 스타' 스니커즈는 골든 구스.

밑단으로 갈수록 통이 좁아지는 얇은 가죽 팬츠는 8 by 육스. 중간 굽을 장착한 반제린 컬러 힐은 스튜어트 와이츠먼.

입기 편한 면 소재 바지는 디올. 2가지 패턴을 조합한 플랫폼 샌들은 펜디.

검은색 파이핑으로 포인트를 준 플레어 팬츠는 루이 비통. 컷아웃 디테일이 돋보이는 'D 트랩 로우' 부츠는 디올.

블랙 & 화이트 배색의 부츠 컷 팬츠는 휴고 보스. 3가지 색상을 조합한 '비브 스케이트' 스니커즈는 로저비비에.

빛 바랜 듯한 색상의 '멜로이시' 팬츠는 미지멜 마랑. 태슬 장식을 더한 '락스터드' 플랫 샌들은 발렌티노 가라바니.

추상적인 프린팅이 매력적인 스트레이트 팬츠는 포츠1961. 내추럴한 코튼 물은 디올.

지방시가 디자이너 매튜 M. 윌리엄스를 새로운 크리에이티브 디렉터로 임명했다. 그는 6월 16일부터 공식 활동을 시작했으며, 앞으로 여성과 남성 컬렉션을 총괄할 예정이다.

M LUXURY

스타일 H

창간년도 2005

발행부수 60,000

브랜드 네트워크

100대 명품 브랜드

소셜미디어 영향력

더현대 카카오플러스 친구 15 만
더현대 인스타그램 28만



현대백화점 VIP 멤버십 매거진


Show Window Time!
2010년 2월호로 창간 5주년을 맞이한 〈스타일 H〉는 삭막한 도시 생활 속,
1초의 찰나에도 현대인에게 예술적 감성과 정신적 휴식을 제공해주는 쇼윈도의
진정한 의미를 되돌아봅니다. 경제 호황이던 시대, 쇼윈도가 트렌드와 예술성을 조화시킨
디스플레이로 쇼핑 욕구를 자극했듯이 〈스타일 H〉는 21세기 라이프스타일 트렌드를
이끌어가는 또 다른 쇼윈도 역할을 해왔기 때문입니다. 크리스마스나 새해 같은 시즌성
이슈는 물론이고 동화와 영화 등에서도 모티브를 얻어 꾸민 쇼윈도 속 작은 공간이
소리 없는 강렬한 목소리로 소비자를 불러들였듯이 〈스타일 H〉는 한 뼘이 조금 넘는 작은
지면으로 수만 명의 독자를 끌어당겼습니다.
다섯 번째 생일을 맞아 〈스타일 H〉가 탄생하고 자리 잡기까지 든든한 버팀목이 되어주신
50명의 컨트리뷰터와 책 한 권을 구성하는 다양한 파트에서 5년 동안 지향해온 가치를
'H 쇼윈도' 형태로 펼쳐 보입니다. 여기엔 〈스타일 H〉의 독자를 향한 사랑과
감사의 마음이 가득 담겨 있습니다.
PHOTOGRAPHED BY KIM JUNG HAN
레플 디테일의 반소매 재킷과 광택 있는 스키니 팬츠,
골드 리벳 장식의 클러치는 모두 디올, 페어런트 목스퍼드 부티는 박윤수,
골드 크리스털 이어링은 스와로브스키, 빈티지 골드 브레이슬릿은 THE JIK 제품.

style H


STYLE FOCUS
클래식한 더블 F 로고를 프린트한 보디 슈트,
리본 디테일 드레스 펜디.
LIGHT AND SHADE
밝은 빛깔을 머금고 짙은 여운을 남긴다. 펜디의 2019 F/W 컬렉션이 그려내는 우아한 몸짓.


에어팟 케이스와 미니 포켓이 달린
케이지 디테일을 더한 '바게트' 백의 블랙과
화이트 버전 펜디.

Cerulean

투명하고 옅은 하늘색은 성실과
진실을 의미하며 보는 이에게
자유와 해방감을 전한다.
화이트와 함께 클린한 느낌을 선사하거나
파스텔 계열로 톤온톤 매치해
봄날의 감성을 미리 만끽해볼 것.


1


2


3


4


5


6


7

1 숄더 스트랩이 있는 마테라세 모티브가 인상적인 지갑 87만 원 **미우미우**(무·판).
2 코듀로이 플레어 팬츠 74만 원 **마크 제이콥스**(본·긴·판).
3 앤티크한 느낌의 링 30만9천 원, 이어링 44만9천 원 **빌버리**(무·천·목·판).
4 깅엄 체크 패턴 '고미노' 드라이빙 슈즈 63만 원 **토즈**(본·무·천·목·대).
5 캐시미어 스카프 1백20만 원 **아크리스**(본).
6 펀칭 디테일이 돋보이는 니트 톱 98만 원 **로샤스**(본·무).
7 스몰 사이즈 '안티고나 소프트' 백 2백28만 원 **지방시**(본).

파일럿 실루엣의 디코드 선글라스 48만 원 **프라다**(본·무·신·목·킨·판·올), 컬러 블록 디테일이 돋보이는 '카위신' 미니 백 5백20만 원대 **루이 비통**(본·무·목·판·대·올).



The Oldest Luminous Colors

드가를 비롯한 수많은 인상파 화가들이 사랑한, 세계에서 가장 오래된 파스텔 제조소로 꼽히는 라 메종 뒤 파스텔La Maison du Pastel. 1천5백40여 가지 컬러 팔레트를 여전히 수작업으로 만들고 있는 아틀리에에서는 매일 색채의 변주가 펼쳐진다.



1

1 1천5백40여 개의 다른 색조가 있는 라 메종 뒤 파스텔의 팔레트.
2 인상파 여류 화가 모리조의 파스텔 작품인 '공원에서'는 지난 2017년 프티 팔레에서 열린 파스텔 작품 전시 <드가에서 호동까지>에서 처음 공개되어 화제를 모았다. 2017년 이전까지 개인 소장품이었기에 작품의 존재를 모르는 전문가가 많았을 정도다.


베르트 모리조, 공원에서, 1874, 파리, 프티 팔레
Berthe Morisot, dans le parc, 1874, Paris, Petit Palais
2

색채의 언어

시각적 아름다움에 매혹되는 이라면 메종 뒤 파스텔의 홈페이지를 슬쩍 들여다보라고 권하고 싶다. '스러져가는 나뭇잎 색', '남쪽 바다의 푸른색', '피사의 흙색', '오래된 장미색'…. 읽기만 해도 지친 마음을 보듬어 주는 시적인 이름의 색채로 가득 차 있기 때문이다. 이 우아한 이름은 1720년 라 메종 뒤 파스텔의 전신 마클Macle이 창립된 해부터 지금까지 4세기에 걸쳐 완성되어왔다.

파스텔은 안료에 백묵이나 석회를 섞어 분필처럼 만들어놓은 미술 재료다. 물이나 기름을 결합제로 쓰는 여타 미술 재료에 비해 아주 소량의 고무를 첨가해 만들기 때문에 안료 그 자체라 해도 과언이 아니다. 이러한 파스텔의 장점은 곧 단점이기도 하다. 선명한 발색을 자랑하지만 종이나 캔버스에 잘 밀착되지 않고 습기에 약하다. 그 때문에 파스텔의 최대 적은 곰팡이와 빛이며, 파스텔화는 보존하기 대단히 어렵다. 더군다나 파스텔을 다루는 데에도 숙련된 테크닉이 필요하다. 처음 만져보는 이라면 종이에 닿기만 해도 가루가 되어 날리는 성질 때문에 적잖이 당황할 것이다. 그런 단점에도 불구하고 파스텔은 수많은 화가가 사랑한 소재였다.

파스텔이 언제 최초로 발명되었는지 정확하지는 않다. 다만 레오나르도 다빈치가 최초로 파스텔을 사용한 화가 중 한 명으로 기록되어 있다. 18세기에 이르러 '파스텔의 왕자'라고 불린 프랑스 화가 모리스 캉탱 드 라 투르Maurice Quentin de La Tour 덕택에 파스텔화는 황금기를 맞았다. 모리스는 자신만의 비법으로 오래 보존할 수 있는 파스텔화를 그리는 데 성공했다. 수많은 복원 전문가가 이 방법을 알아내려 시도했지만 아직까지 밝혀지지 않았다. 모리스만큼이나 파스텔화를 일신한 화가는 드가다. 그를 비롯해 퓌빌라르, 툴루즈 로트레크 같은 인상파 화가들이 파스텔화를 그렸는데, 특성상 보존하기 어려워 박물관에서도 좀체 공개되지 않는다. 보기도 어려운 이 대가들의 파스텔 그림에는 공통점이 있다. 모두 라 메종 뒤 파스텔의 고객이었다는 점이다.

화학자의 손에서 탄생한 색채

전통 기법으로 파스텔을 제조해온 작은 아틀리에였던 마클을 1865년 약사이며 화학자이자 생물학자였던 앙리 로셰Henri Roché가 인수하며 라 메종 뒤 파스텔로 이름을 바꾸었다. 파스텔의 기본이 되는 안료는 광물인 라피스라줄리lapis-lazuli를 갈아 만든 울트라 마린(파랑)이나 연지벌레 암컷을 쪄서 말린 가루로 만드는 카르민 레드(빨강), 바다달팽이의 분비물로 만드는 티리언 퍼플(자주)처럼 천연 광물이나 식물, 곤충에서 비롯된다. 앙리 로셰는 이렇게 고대부터 내려오는 안료 외에도 화학 안료를 배합해 색조를 무려 1천8백 개로 늘렸다. 또 바탕에 잘 밀착되면서도 부



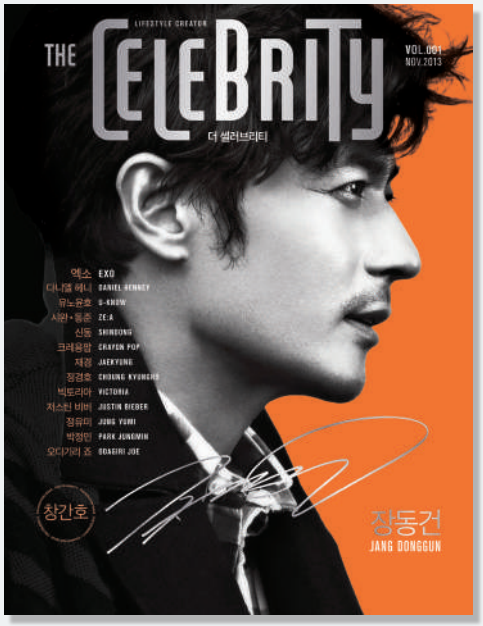
2005년



2005년



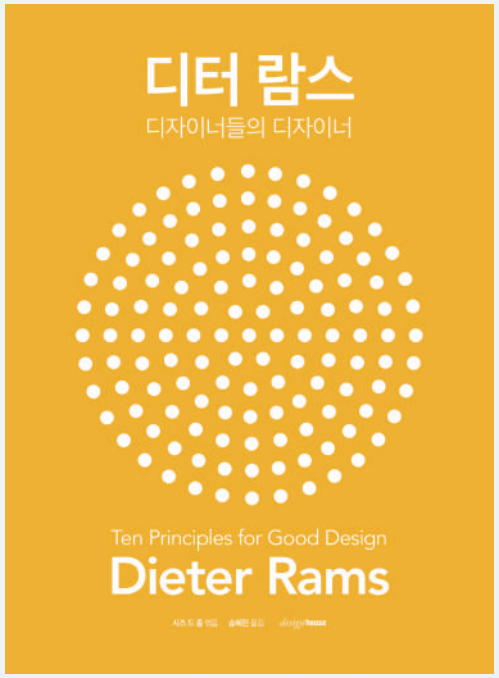
2006년



2013년

DH Books

문화와 예술, 디자인 콘텐츠로 삶을 채웁니다


디터 람스
디자이너들의 디자이너
Ten Principles for Good Design
Dieter Rams


디자이너
한호림의
진짜
싸울 수
있는
거북선
designhouse


르 코르뷔지에의
의자부터
루이스 폴센의
조명까지
명품
가구의
비밀
조 스즈키 지음
전선명 옮김
designhouse


INTERIOR ONE BOOK
for a
better life
interior
철거부터 스타일링까지
한 권으로 끝내는 셀프 리모델링 개척기

Custom Publishing

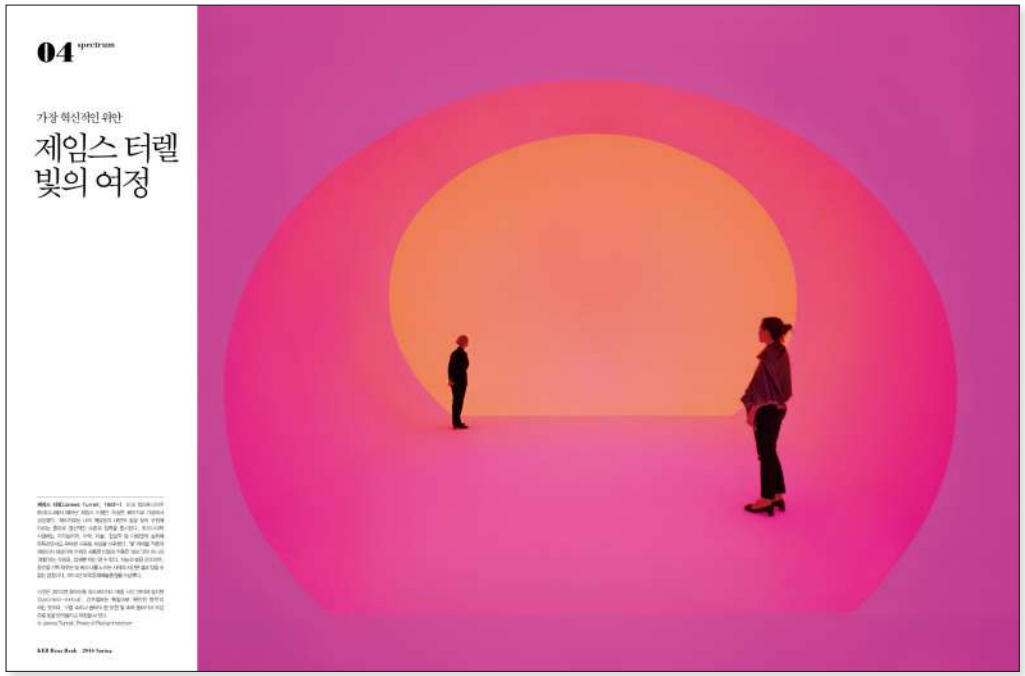
콘텐츠를 통해 브랜드를 성장시킵니다


브랜드
콘텐츠
기획 제작
브랜드
매거진 발행
비정기
홍보 기획물
디지털 미디어
기획 및 구축
디지털 / 영상
콘텐츠 제작
소셜미디어
기획 운영

하나은행

문화예술 계간지
하나은행







한국타이어

국내여행 전문지
굴렁쇠







대한항공

한국과 세계를 잇는 기내지
모닝캄&비욘드







현대카드

블랙·퍼플·레드 멤버십 매거진

April 2019

I. Snapshot
II. Insight
III. Explore

the Black BULLETIN

IV. Partnership
V. Your Card at a Glance

Insight Inspiration

High-end Luxury Brand Hotels

미국 컨설팅 기업 베인 컴퍼니는 2025년이 되면 밀레니얼 세대가 명품 시장의 25%를 차지할 것이라고 예상했다. 밀레니얼 세대의 소비 패턴이 '경험의 소비'로 변화하면서 럭셔리 브랜드는 고객 접점을 넓히고 라이프스타일에 깊숙이 다가가고자 호텔 리조트 산업으로의 진출을 빠르게 모색했다. 명품 브랜드의 호텔은 숙박을 넘어 라이프스타일을 제시하는 복합 문화 공간으로 그들만의 예술 세계를 견고히 완성해가고 있다.



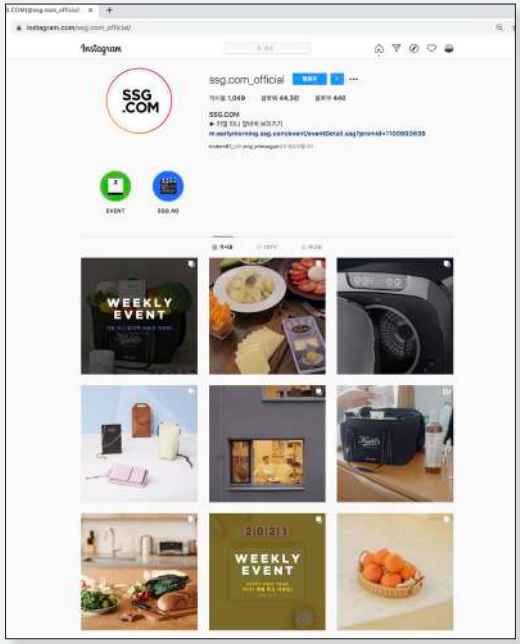
Explore Hyundai Card Space

Greenhouse 2019 Spring Menu

현대카드 쿠킹 라이브러리의 그린하우스가 봄을 맞아 새로운 메뉴를 선보인다. 그린하우스는 쿠킹 라이브러리 루프톱에 위치한 원 테이블 레스토랑으로 런치와 디너 각각 한 테이블만 예약이 가능하고 전담 셰프가 서비스를 제공하는 프라이빗 다이닝이다.



SSG.COM
공식 인스타그램



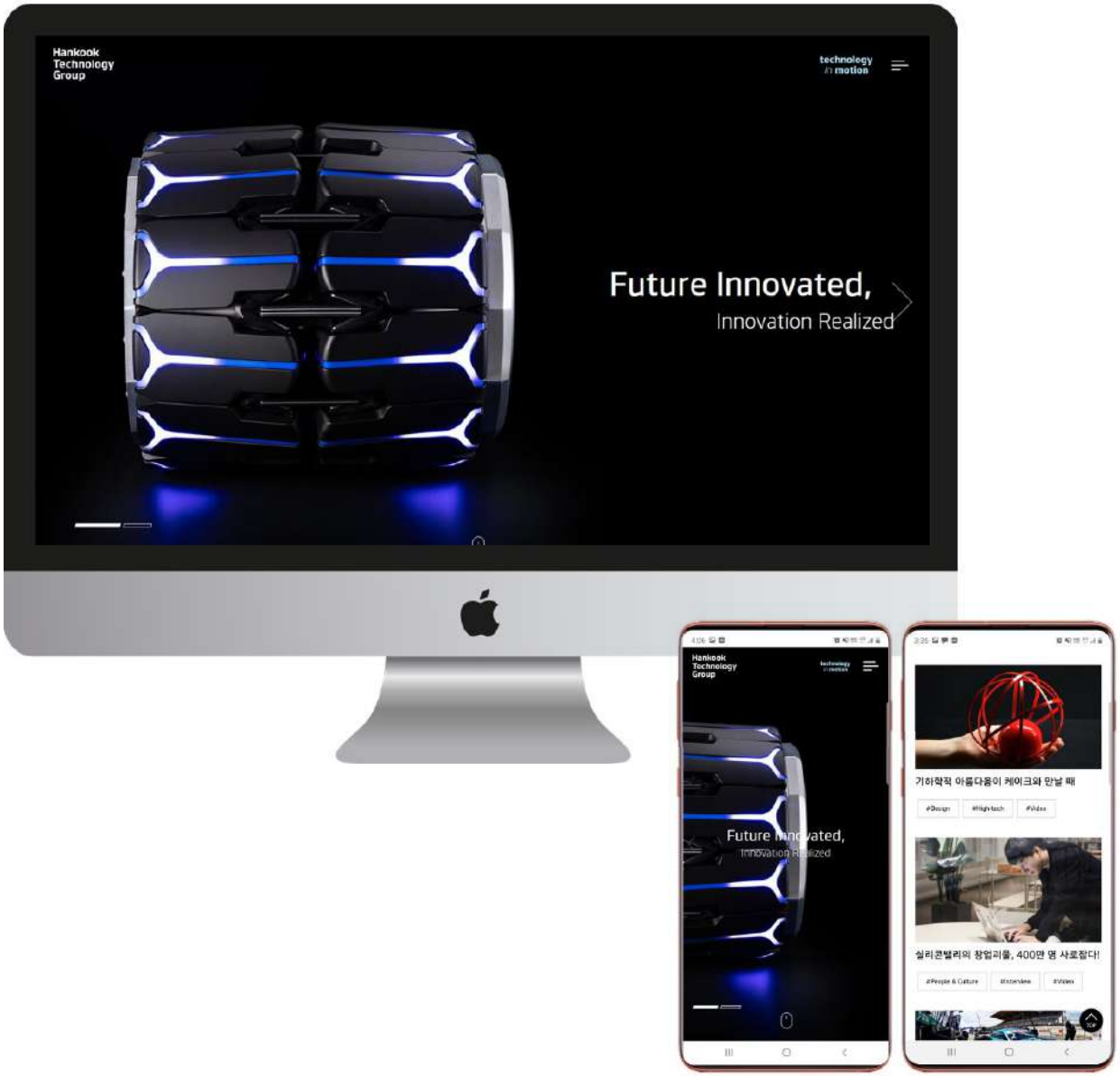




한국타이어
한국테크놀로지그룹

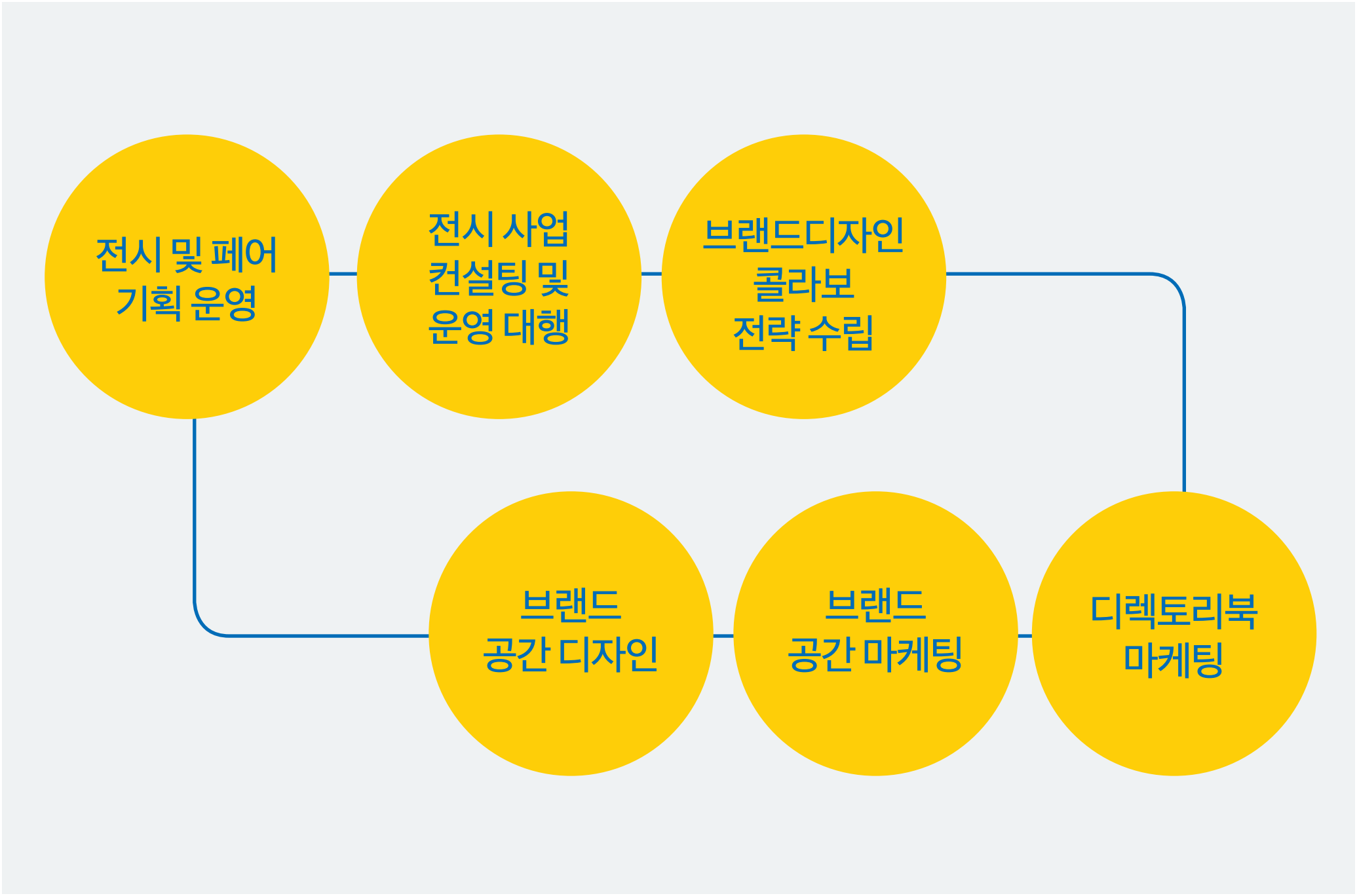
디지털
브랜드 저널





Fairs & Events

매거진 콘텐츠, 오프라인으로의 확장


전시 및 페어
기획 운영
전시 사업
컨설팅 및
운영 대행
브랜드디자인
콜라보
전략 수립
브랜드
공간 디자인
브랜드
공간 마케팅
디렉토리북
마케팅

리빙 디자인 페어 SLDF/ ILDF

최초 개최 년도	1994 서울 2020 인천
참여 브랜드	3,000
참여 디자이너	3,500
누적 관람객	450만










HBYH
2019 SEOUL LIVING DESIGN FAIR
190403
190407
COLLABORATION
H BY H X
JOONGHO CHOI STUDIO
2023
HBYH




Designers' Choice
MINI LIVING
Kim chi ho
TEAZEN
자연이 가득한 집
ORGANIC STYLE
WEEK WEEK SEOUL
MISOKA
KOKA CHARM
pukka
1986 INTERIORSKOREA
D-903

서울디자인 페스티벌 SDF

최초 개최 년도	2002
참여 브랜드	2,000
참여 디자이너	4,800
누적 관람객	113만




B2
HYUNDAI
DESIGN


RE:CODE
제18회
서울디자인페스티벌


디자인세미나
DESIGN
DESIGN SEMINAR
KDA
KOREA DESIGN AWARD


디자인세미나
DESIGN SEMINAR
디자인세미나
DESIGN SEMINAR

크리에이터스 그라운드



개최 년도 2019

참여 브랜드 및 크리에이터 62

관람객 1만


CREATORS GROUND


"Rudy in da house"

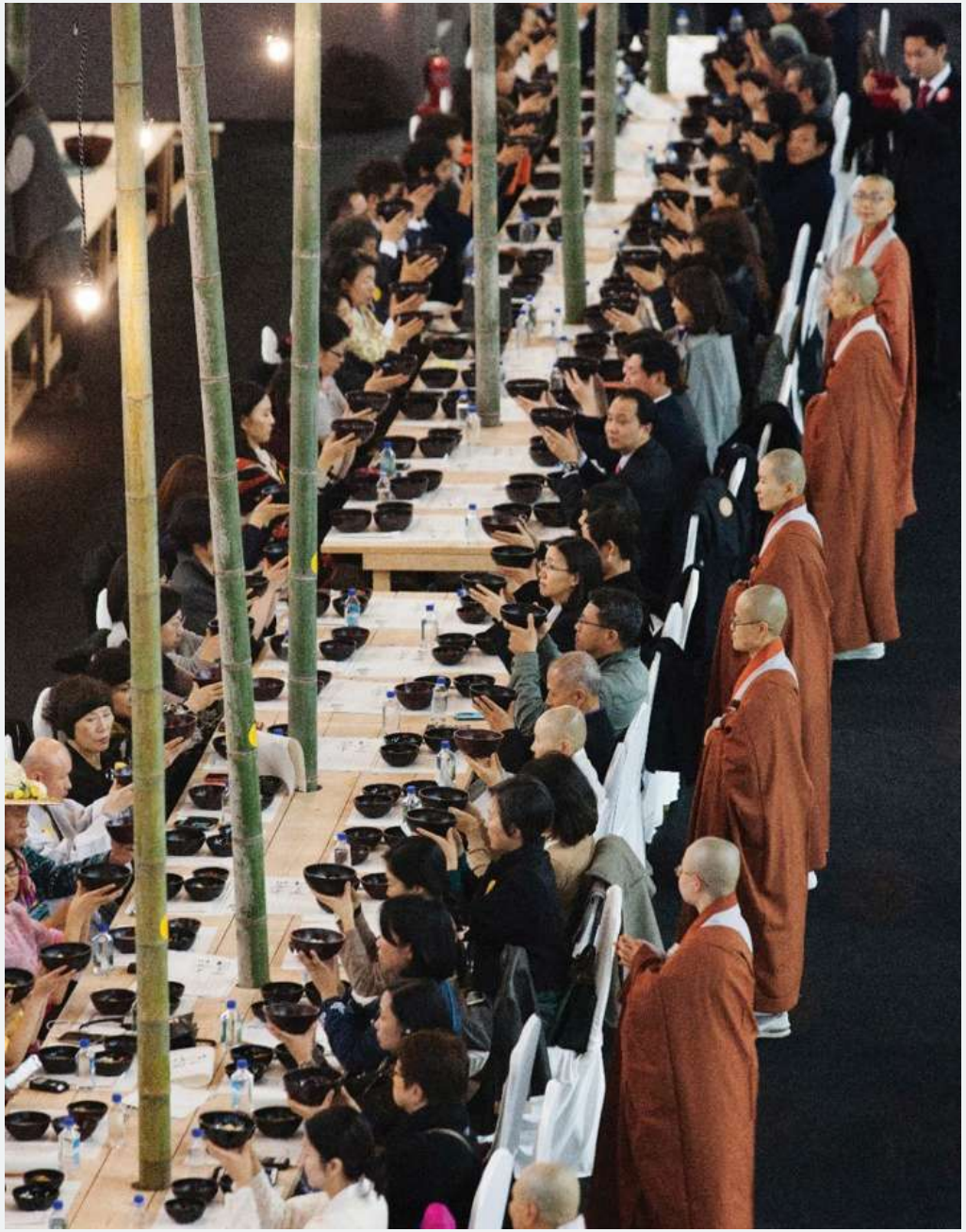

B1
소화전
B1
소화전
TOOLBOY

슬로푸드 국제 페스티벌

개최 년도	2015
참여 국가	43개국
관람객	10만




쌀
(주)삼자농부



전시 대행

지스타

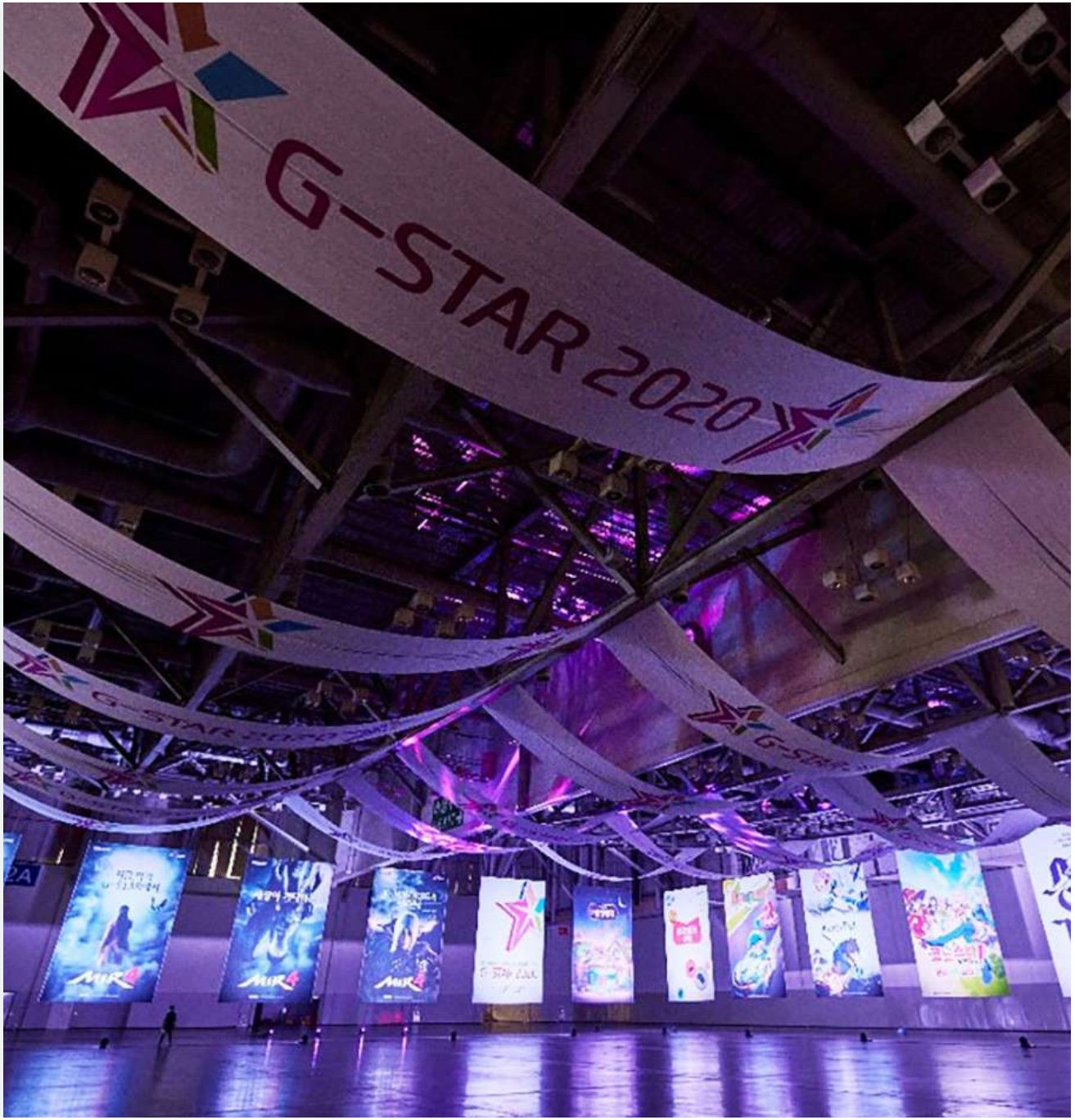
세계4대 게임 전시

발주처 한국 게임 산업 협회 · 부산경남 대표방송 KNN 공동 컨소시엄

대행년도 2020, 2021

참여 브랜드 및 크리에이터 700

관람객 25만




G★2020

전시 대행

공예 트렌트페어

발주처 **한국공예디자인 문화진흥원 (문화관광부)**

대행년도 **2020, 2021**

참여 브랜드 및 크리에이터 **360**

관람객 **3만**









Space Content

브랜드와 고객이 만나 새로운 가치를 만듭니다


이벤트
기획 운영
브랜드 공간
고객 경험
마케팅
브랜드
공간 콘텐츠
디자인
커뮤니티
디자인 구축
커뮤니티
콘텐츠디자인
커뮤니티
프로그램
기획 운영

행복 작당

LOCATION
서울 종로구 북촌, 서촌

PROJECT
행사 기획, 운영, 홍보

CLIENT
㈜디자인하우스
행복이가득한집

OPERATION PERIOD
2016 ~ 현재







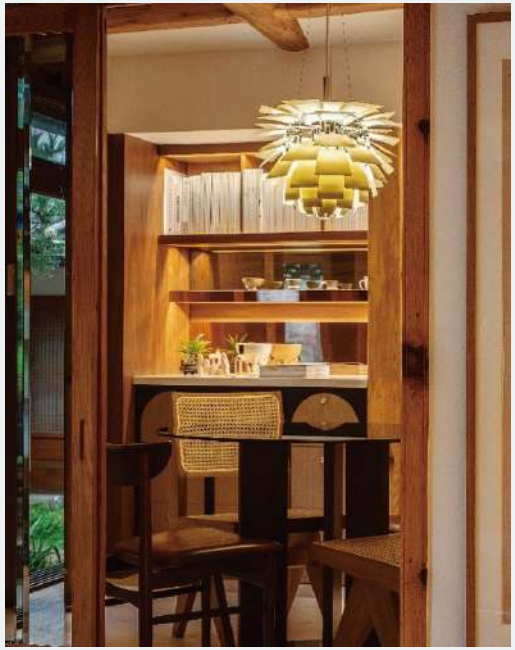













행복작당
作堂



엄마꿈틀

LOCATION
서울 경기 수도권 일대

PROJECT
행사 기획, 재능 엄마 발굴,
유통, 운영, 홍보

CLIENT
㈜디자인하우스 / 맘앤앙팡

OPERATION PERIOD
2014 ~ 현재




엄마꿈틀




함 께 하 는
디 아 르


으라차차
엄마꿈틀
엄마꿈틀

아이가 자라는 집

LOCATION
서울 일대

PROJECT
행사 & 공간 콘텐츠 기획, 운영, 홍보

CLIENT
㈜디자인하우스 / 맘앤앙팡

OPERATION PERIOD
2018 ~ 현재






kids are growing.
Furniture is growing so




MOTHER AND DAUGHTER
MOTHER AND SON
FAMILY


TAKE
YOUR
MO, MENT





쿨가이 콘테스트 & 어반애슬론

LOCATION
서울 일대

PROJECT
행사 & 공간 콘텐츠 기획,
운영, 홍보

CLIENT
㈜디자인하우스 / 멘즈헬스

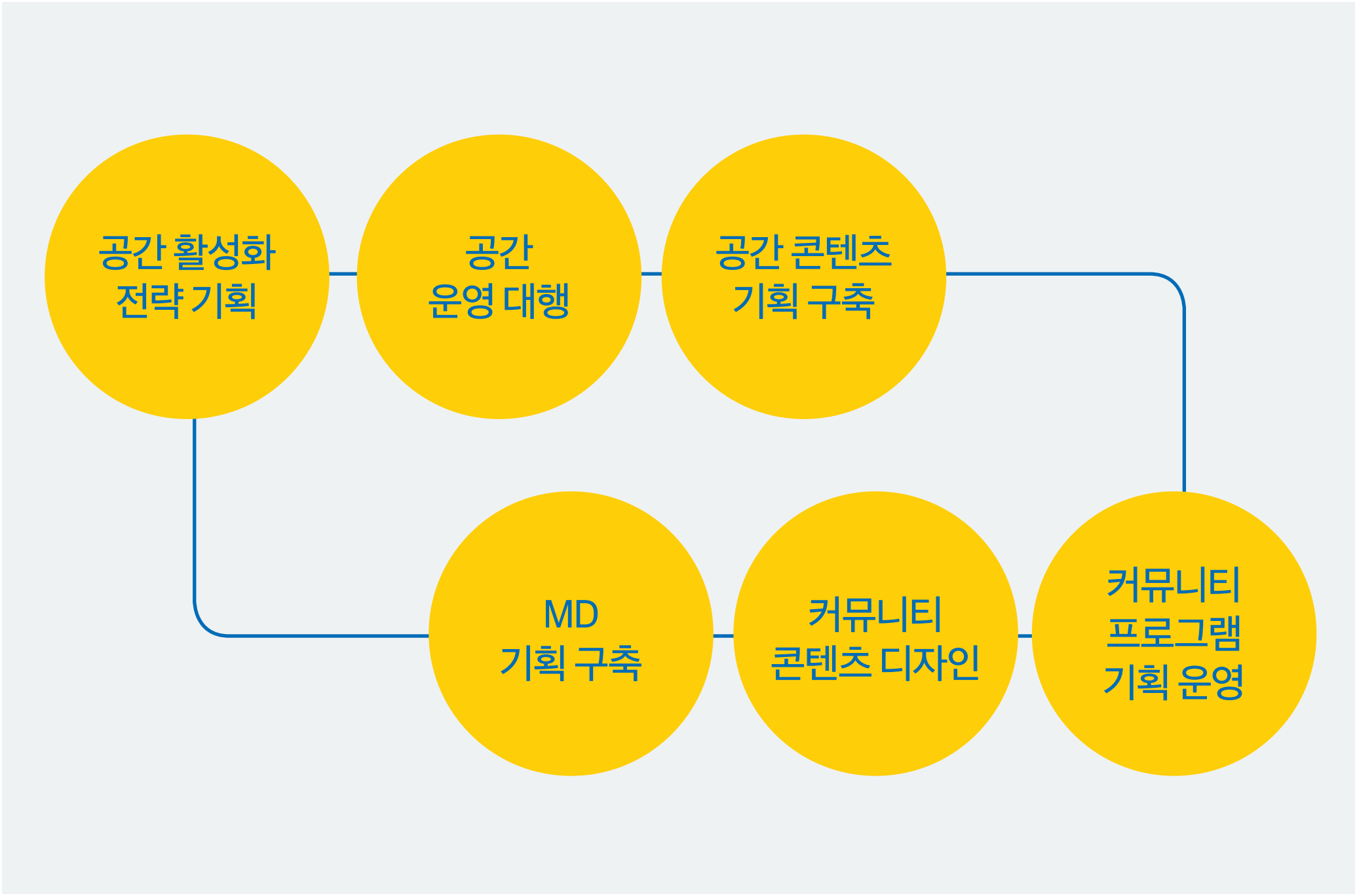
OPERATION PERIOD
2006 ~ 2016




Men'sHealth

Space Planning

브랜드 공간 콘텐츠 디자인으로 고객 커뮤니티를 구축합니다


공간 활성화
전략 기획
공간
운영 대행
공간 콘텐츠
기획 구축
MD
기획 구축
커뮤니티
콘텐츠 디자인
커뮤니티
프로그램
기획 운영

페이퍼테이너 뮤지엄

LOCATION
서울 송파구 올림픽로 424

PROJECT
기획, 건축, 콘텐츠 구축, 운영

OPERATION
㈜디자인하우스

OPERATION PERIOD
2006






DONGNAMA


www.papertainer.co.kr


PAPER
TAINER





DDP 디자인숍

LOCATION
서울 중구 을지로 281

PROJECT
임대, 운영관리, 매장 운영

CLIENT
(재)서울디자인재단

OPERATION PERIOD
2014 ~ 2019




LEXON
LEXON
LEXON
LEXON

숍 대행

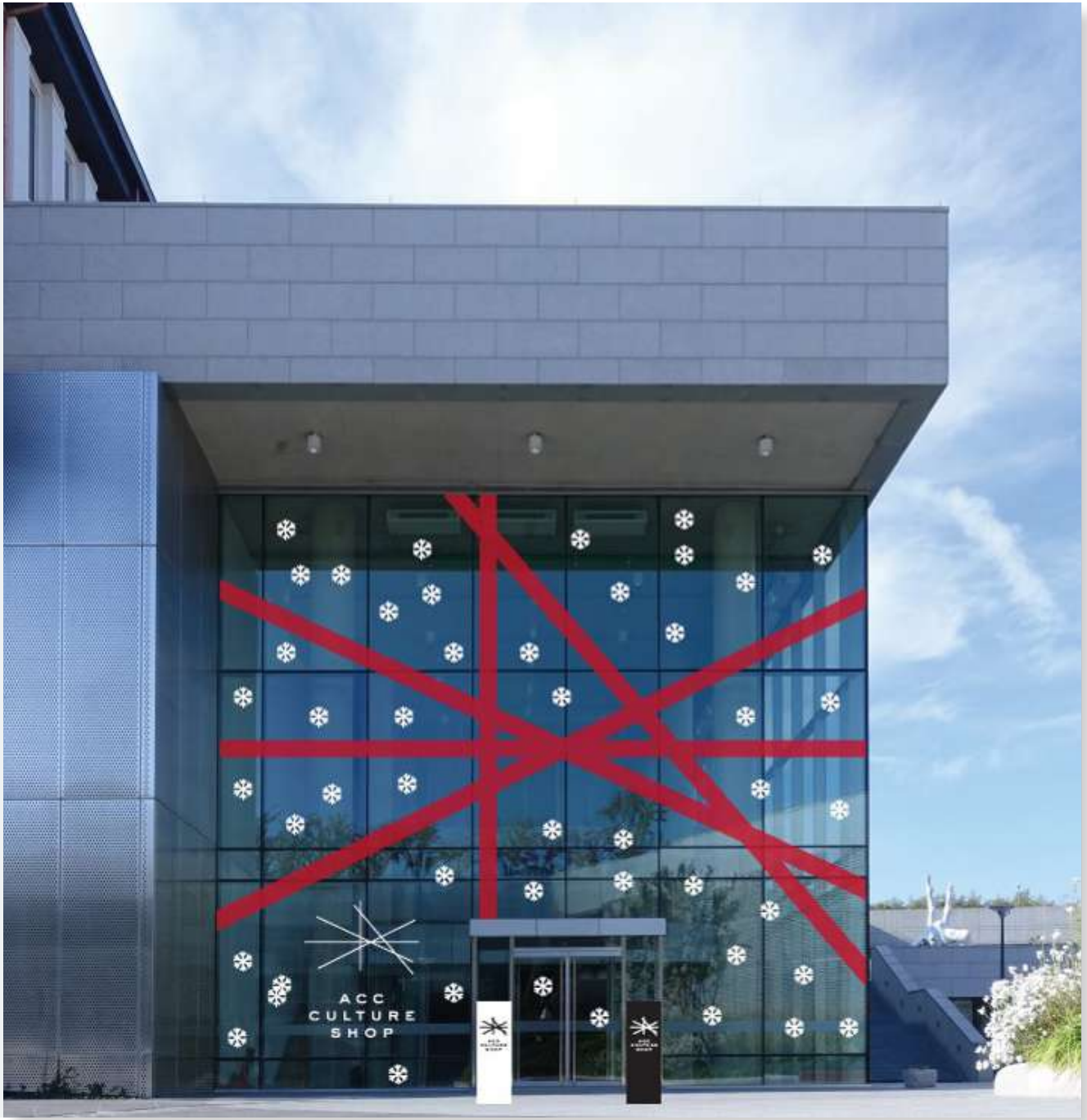
아시아 문화의전당 컬쳐숍

LOCATION
광주광역시 동구 문화전당로38

PROJECT
아트작품 MD, 전시, 운영, 홍보

CLIENT
문화체육관광부,
아시아문화개발원

OPERATION PERIOD
2015 ~ 2016



ACC
CULTURE
SHOP



숍 대행

명인명장 한 수

LOCATION
서울 중구 남대문시장10길 2

PROJECT
상품 소싱/판매, 카페운영,
전시, 체험 프로그램

CLIENT
신세계DF, 국립무형유산원

OPERATION PERIOD
2016 ~ 2019





갤러리
카페

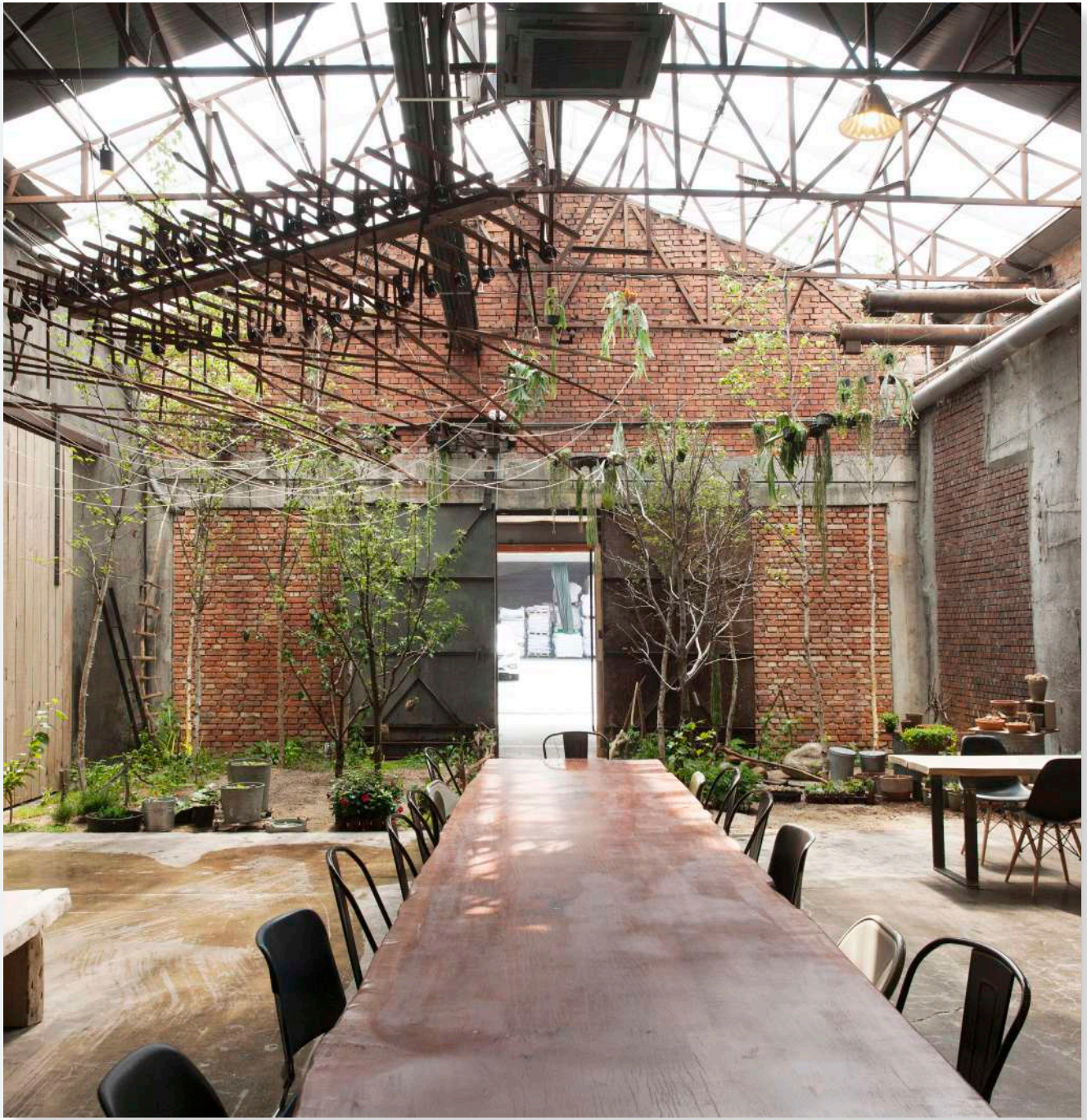
대림창고

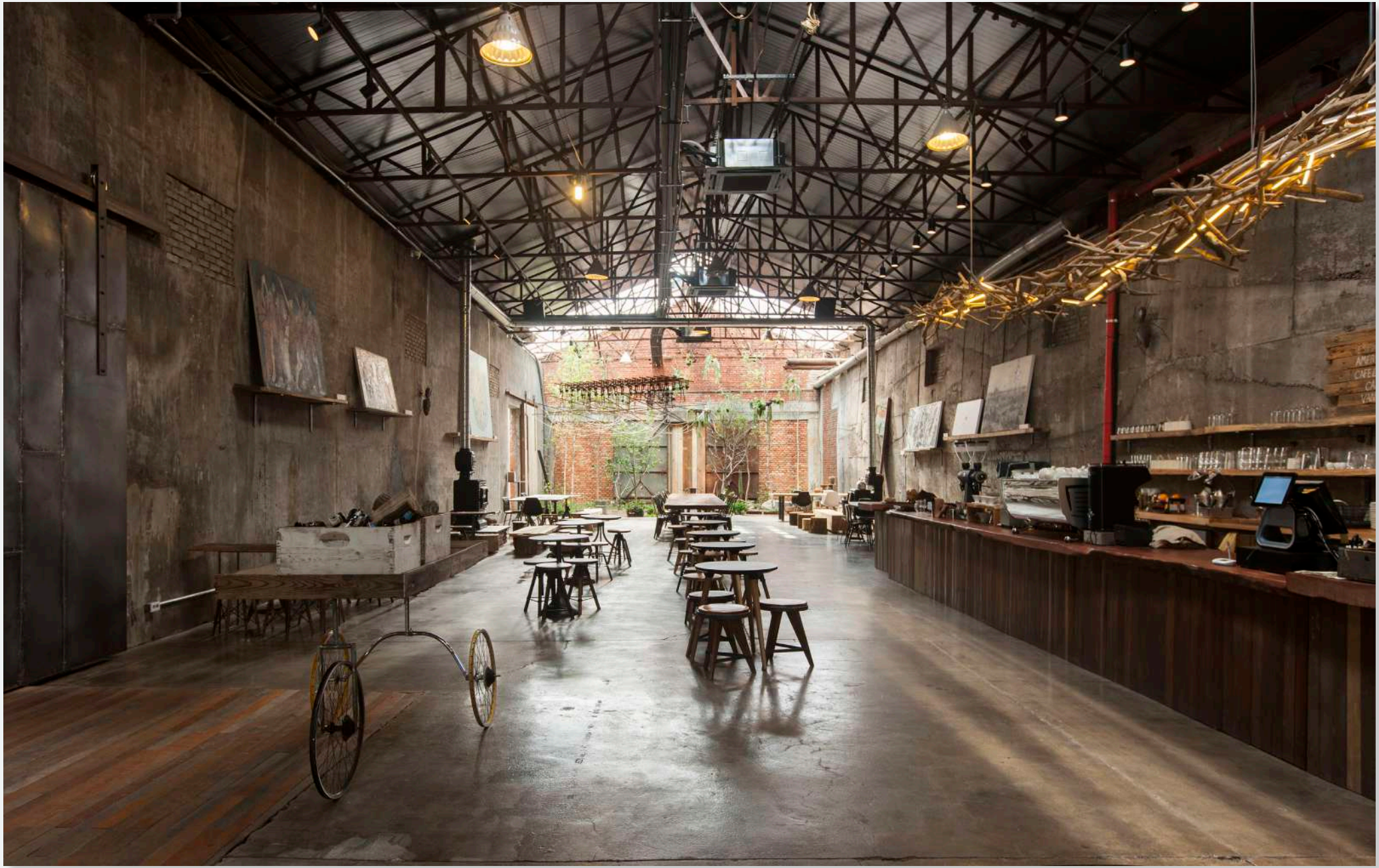
LOCATION
서울 성동구 성수이로 78

PROJECT
전시, 카페, 이벤트

CLIENT
㈜성수동 대림창고갤러리

OPERATION PERIOD
2016 ~ 2018





브랜드 대행

KEB하나은행 PLACE1

LOCATION
서울 강남구 영동대로96길 26

PROJECT
공간 운영, 공간 콘텐츠 기획 운영, 홍보

CLIENT
KEB 하나은행

OPERATION PERIOD
2017 ~ 2020






PLACE1

One Talk
×
DESIGN**PRESS**



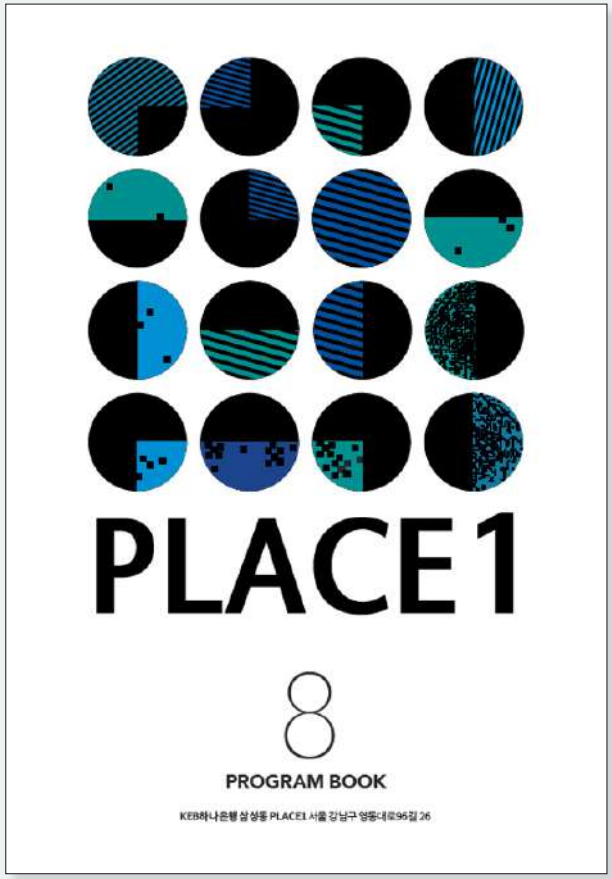


SNKR HDS CON
×
LUXURY





PR Applications









공간 전시 대행

정조, 창경궁에 산다 서화취미전

LOCATION
서울 종로구 창경궁로 185

PROJECT
기획, 디자인,
공간 콘텐츠 구축, 홍보

CLIENT
문화재청

OPERATION PERIOD
2016





브랜드 대행

프리미엄 욕실 브랜드 콜러 145년 기념전

LOCATION
서울 강남구 영동대로 707

PROJECT
행사 기획, 운영, 홍보

CLIENT
KOHLOR

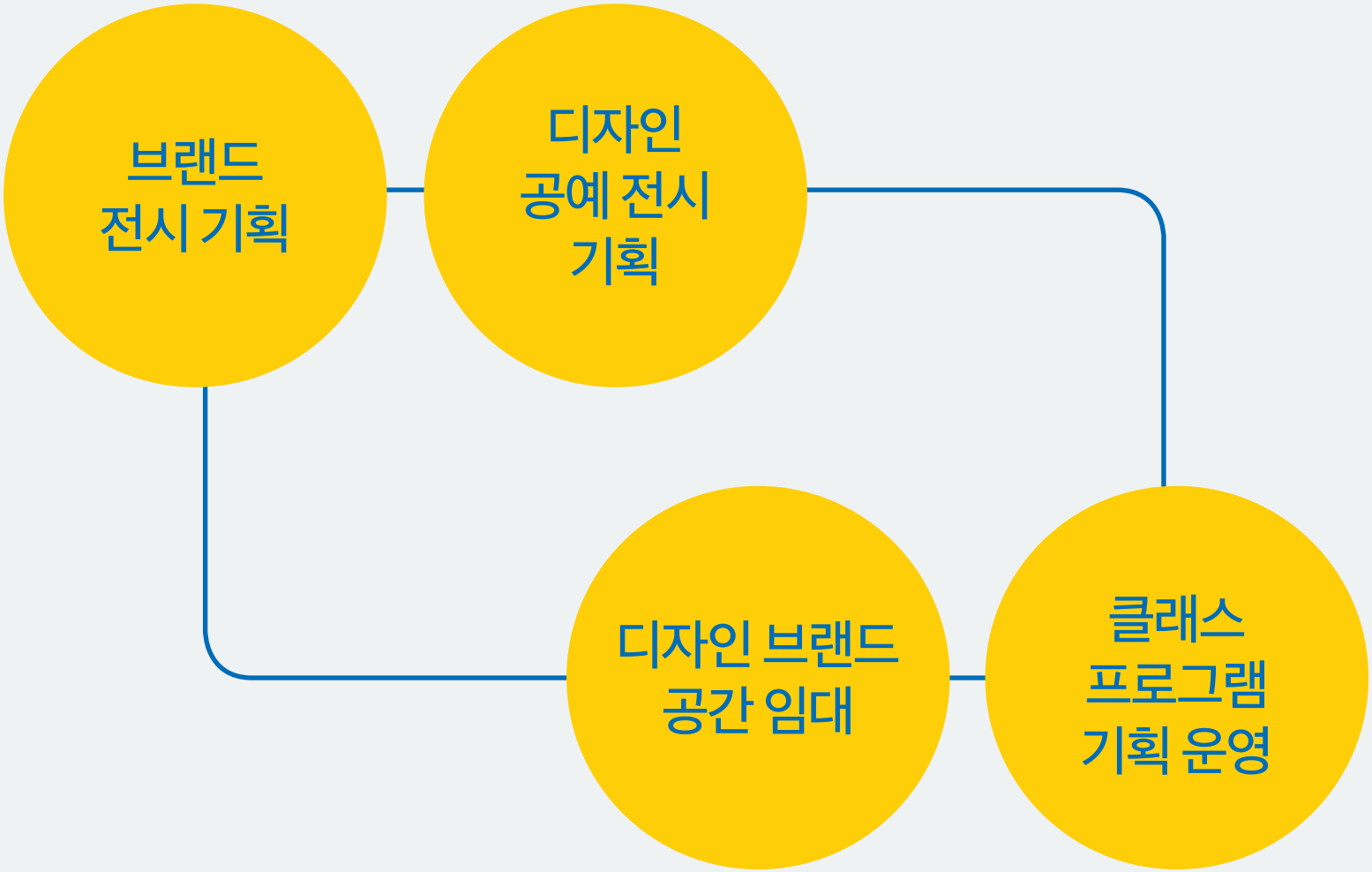
OPERATION PERIOD
2018




145
YEARS
KOHLER
145
YEARS
KOHLER

디자인 전문 갤러리 모이소

전시와 홍보 이벤트를 위한 공간


브랜드
전시 기획
디자인
공예 전시
기획
디자인 브랜드
공간 임대
클래스
프로그램
기획 운영

디자인 전문 갤러리 모이소

LOCATION
서울 중구 동호로 272

PROJECT
행사 기획, 운영, 홍보

OPERATION PERIOD
2020 ~







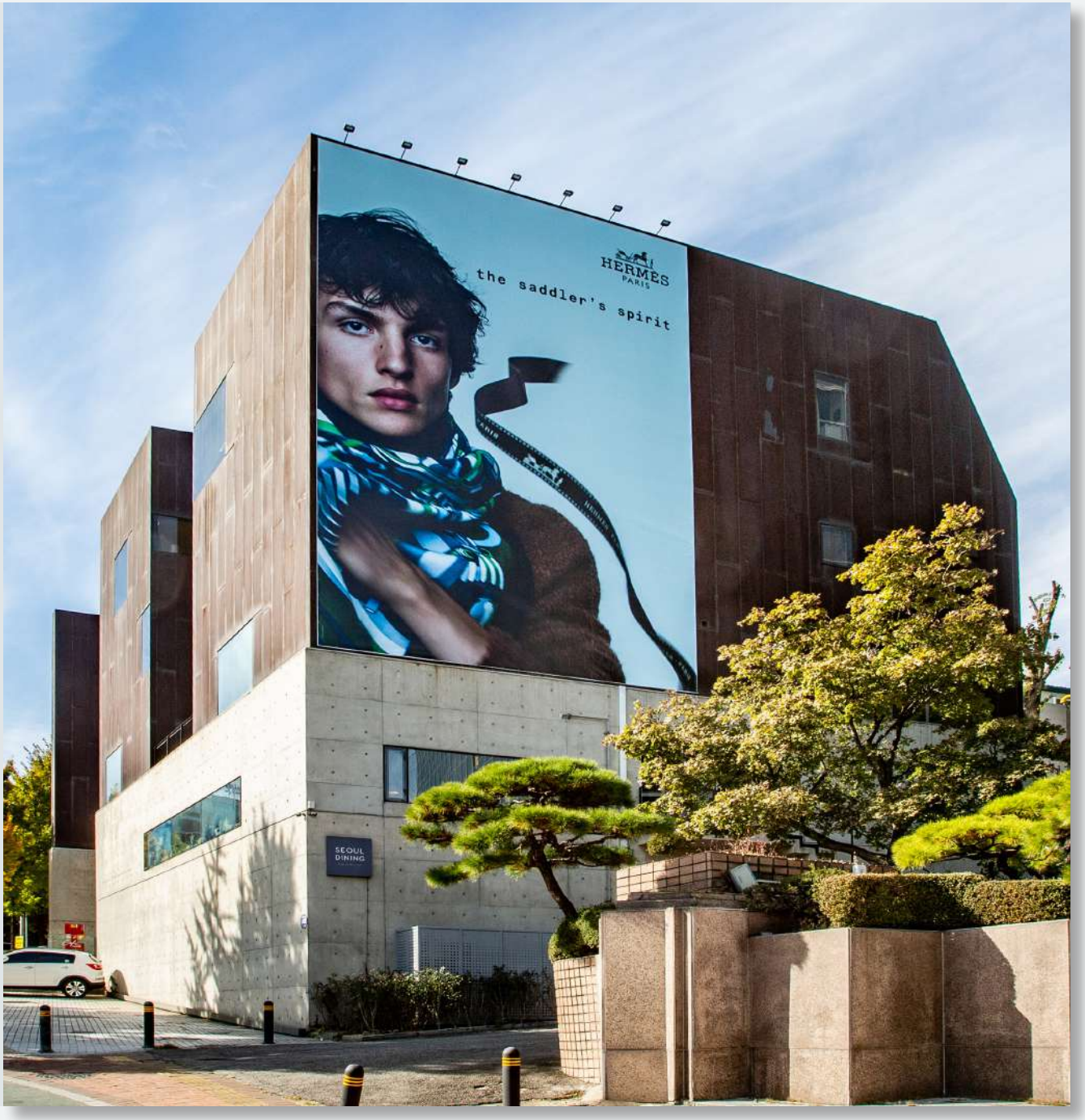


사옥
외벽 광고

LOCATION
서울 중구 동호로 272

PROJECT
광고, 홍보

OPERATION PERIOD
2020 ~



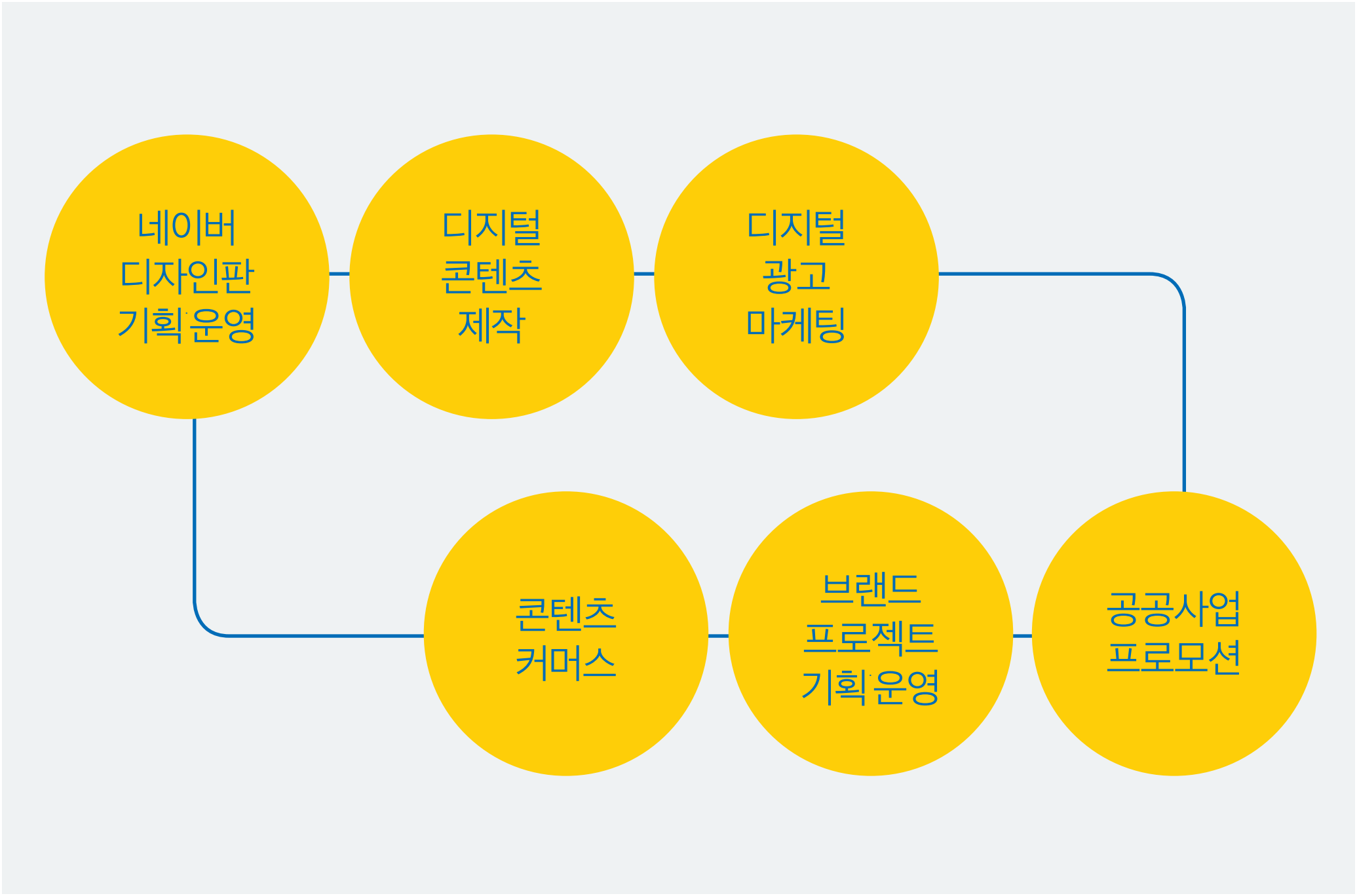

designhouse


designhouse
봄
기대합니다
立春大吉
언제나 새롭게 일어나는 봄


designhouse
必死則生
필사즉생
必生則死
FURSYS

DIGITAL MEDIA

네이버 디자인 / 디자인프레스


네이버
디자인판
기획·운영
디지털
콘텐츠
제작
디지털
광고
마케팅
콘텐츠
커머스
브랜드
프로젝트
기획·운영
공공사업
프로모션

디자인 프레스

네이버 디자인판

설립년도 2016

공식 블로그

월간 누적 조회수 300만

블로그/포스트 팔로워 15만

소셜미디어 영향력

네이버디자인 구독자 160만

뉴스레터 쏠트-호 구독자 1.2만



blog.naver.com/designpress2016



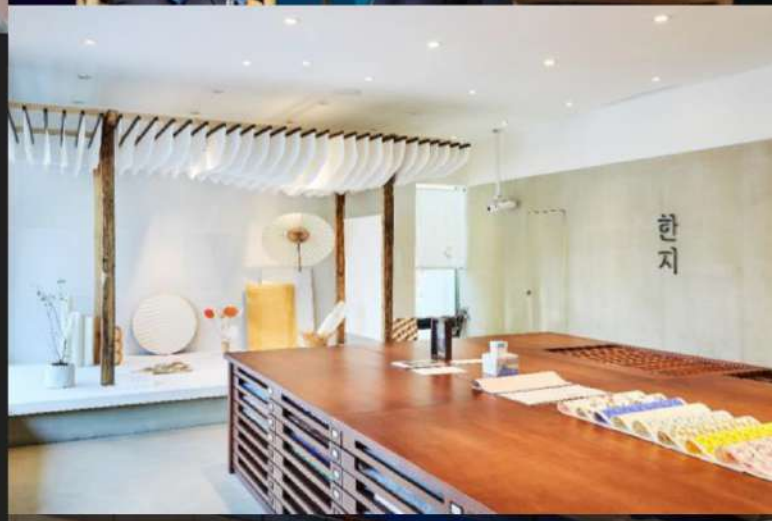






본인의 작업에 대하여 간단히 소개 부탁합니다.
안녕하세요. 박정근입니다.
칠보공예가였던 할머니를 이어 칠보공예를 시작했고, 보다 칠보공예가 널리 알려지길 바라는 마음으로 칠보공예 브랜드 '파랑'을 론칭했습니다. 나만의 작업을 하는 동시에 칠보를 연구하며 발전시키기 위해 노력하고 있습니다.















www.designhouse.co.kr